



ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΣΤΕΛΕΧΗ
EXECUTIVE MBA

*Οικονομοτεχνική Μελέτη Ίδρυσης Ξενοδοχειακής
Μονάδας
«Boutique Hotel» στο Ναύπλιο*

Κυριακίδου Στεφανία
EMBA 2125

Επιβλέπων Καθηγητής: κ. Δημήτριος
Γεωργακέλλος

Πειραιάς, Νοέμβριος 2023

«Η παρούσα μελέτη πραγματοποιήθηκε για εκπαιδευτικούς σκοπούς στα πλαίσια απόκτησης του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών. Συνεπώς, ορισμένα από τα στοιχεία που φέρει ενδέχεται να μην είναι ακριβή.»

Παράρτημα Β: Βεβαίωση Εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΣΤΕΛΕΧΗ

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

(περιλαμβάνεται ως ξεχωριστή (δεύτερη) σελίδα στο σώμα της διπλωματικής εργασίας)

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων για Στελέχη : E-MBA» με τίτλο

Οικονομολογική Μελέση Ίδρυμα Ξενοδοχειακής Μονάδας
"Boutique Hotel" στο Μαύπλιο

έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή/τριας 

Όνοματεπώνυμο Κυριακίδου Στεφανία

Ημερομηνία 08/11/2023

Πίνακας Περιεχομένων

Κεφάλαιο 1 Σύνοψη	6
Κεφάλαιο 2 Βασική ιδέα και ιστορικό	8
2.1 Περιγραφή ιδέας.....	8
2.2 Υποστηρικτές σχεδίου & ιδρυτές.....	9
2.3 Ιστορικό επενδυτικού σχεδίου.....	9
2.4 Μελέτη σκοπιμότητας.....	10
2.5 Κόστος προεπενδυτικών μελετών & ερευνών που επιβαρύνουν το σχέδιο	10
Κεφάλαιο 3 Ανάλυση Αγοράς και Μάρκετινγκ	11
3.1 Ορισμός της Αγοράς & Ανάλυση της Δομής της	11
3.2 Γενικά Χαρακτηριστικά του Κλάδου	11
3.3 Ανάλυση της Εγχώριας Αγοράς.....	13
3.4 Ανάλυση των Χαρακτηριστικών της Αγοράς.....	17
3.5 Ανάλυση του Ανταγωνιστικού Περιβάλλοντος	19
3.6 Ανάλυση Εξωτερικού Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος (PEST ANALYSIS)...	20
3.7 Ανάλυση Εξωτερικού Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος	23
(Porter 5 forces Analysis).....	23
3.8 Ανάλυση Εσωτερικού Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος (SWOT)	25
3.9 Στρατηγική	26
3.10 Στρατηγικό Μάρκετινγκ (STP).....	28
3.11 Συνολικά Έσοδα Προγράμματος	36
3.12 Κόστος Μάρκετινγκ	37
Κεφάλαιο 4 Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια	38
4.1. Γενικά	38
4.2. Κατηγορίες Πρώτων Υλών & λοιπών Προμηθειών	39
4.3. Απαιτούμενες Ποσότητες Υλών	40
4.4. Προμηθευτές.....	41
4.5. Κόστος Πρώτων Υλών Άλλων Εφοδίων	42
Κεφάλαιο 5 Μηχανολογία & Τεχνολογία	43
Ξενοδοχειακός εξοπλισμός.....	43
Εξοπλισμός Εστιατορίου.....	44
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 Οργάνωση Μονάδας και Γενικά Έξοδα	46
Οργανόγραμμα Υπαλλήλων Ξενοδοχείου.....	46
Η οργανωτική μορφή της παρούσας επιχείρησης:	47
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 Ανθρώπινοι Πόροι	50
Περιγραφές Θέσεων Εργασίας.....	50

Προσέλκυση Υποψηφίων.....	66
Σύστημα Αξιολόγησης Εργαζομένων.....	67
Σύστημα Αξιολόγησης από Πελάτες	67
Κόστος μισθοδοσίας.....	68
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 Τοποθεσία-Χώρος εγκατάστασης-Περιβάλλον	69
Κτηριακές Εγκαταστάσεις & Περιβάλλοντας Χώρος.....	69
Τοποθεσία.....	69
Περιβάλλον.....	70
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9 Προγραμματισμός και προϋπολογισμός εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου	71
Ομάδα Επίβλεψης και Εκτέλεσης Έργου	71
Στάδια εκτέλεσης Έργου	73
Προϋπολογισμός έργου	75
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης	76
Εκτίμηση κόστους Επένδυσης	76
Υπολογισμός Αποσβέσεων	77
Κεφάλαιο Κίνησης – Υπολογισμός Αποθέματος.....	78
Κεφάλαιο Κίνησης – Υπολογισμός απαιτήσεων από πελάτες.....	79
Τραπεζικός Δανεισμός	81
Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως	82
Κατάσταση Χρηματοοικονομικής Θέσης	83
Κατάσταση Ταμειακών Ροών	84
Αξιολόγηση επένδυσης – Συντελεστής απόδοσης (Return on Investment – ROI) .	86
Αξιολόγηση επένδυσης – Καθαρή παρούσα αξία (Net present value – NPV).....	86
Αξιολόγηση επένδυσης – Εσωτερικός συντελεστής επένδυσης (Internal Rate of Return – IRR).....	87
Συμπεράσματα.....	87
Βιβλιογραφία.....	88

Κατάλογος Γραφημάτων

Γράφημα 1 Αύξηση Αριθμού Ξενοδοχείων ανά τα Έτη.....	12
Γράφημα 2 Κατανομή ξενοδοχείων ανά κατηγορία αστέρων[1]	13
Γράφημα 3 Αφίξεις Εξωτερικού ανά Χωρά Προέλευσης.....	29
Γράφημα 4 Δαπάνες ημεδαπών σε ξενοδοχεία.....	29
Γράφημα 5 Μεριδίδια ταξιδιωτικών εισπράξεων ανά λόγο επίσκεψης στην Ελλάδα	30
Γράφημα 6 Ποσοστά ανά Χώρα	30
Γράφημα 7 Positioning	32
Γράφημα 8 Διάγραμμα Gantt	73

Γράφημα 9 Διάγραμμα CPM	74
-------------------------------	----

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1 Εξέλιξη του Δείκτη Κύκλου Εργασιών στον τομέα παροχής υπηρεσιών Καταλύματος και Εστίασης [1]	14
Πίνακας 2 Προκλήσεις Παγκόσμιας Τουριστικής Βιομηχανίας [1]	15
Πίνακας 3 Επισκέψεις, Διανυκτερεύσεις και Ταξιδιωτικές Εισπράξεις Πρώτου εξαμήνου 2022 και 2023[1]	19
Πίνακας 4 Συνολικά Έσοδα από Διανυκτερεύσεις	37
Πίνακας 5 Συνολικά Έσοδα Προγράμματος	37
Πίνακας 6 Έξοδα Μάρκετινγκ.....	37
Πίνακας 7 Σύνολο Κόστους Πρώτων Γλών.....	42
Πίνακας 8 Σύνολο Ξενοδοχειακού Εξοπλισμού	43
Πίνακας 9 Σύνολο Εξοπλισμού Εστιατορίου	44
Πίνακας 10 Σύνολο Εξοπλισμού Ξενοδοχείου	45
Πίνακας 11 Οργανόγραμμα Επιχείρησης	48
Πίνακας 12 Γενικά Έξοδα	49
Πίνακας 13 Κόστος Μισθοδοσίας	68
Πίνακας 14 Εκτέλεση Εργασιών	74
Πίνακας 15 Κόστος Εκτέλεσης Έργων.....	75
Πίνακας 16 Συνολικό Κόστος Επένδυσης	76
Πίνακας 17 Αποσβέσεις πάγιων επενδύσεων	77
Πίνακας 18 Υπολογισμός Αποθέματος	78
Πίνακας 19 Υπολογισμός απαιτήσεων από πελάτες.....	79
Πίνακας 20 Σύνολο Εμπορικών Υποχρεώσεων	80
Πίνακας 21 Τραπεζικός Δανεισμός.....	81
Πίνακας 22 Ύψος Δανεισμού, Έτη Αποπληρωμής, Επιτόκιο.....	81
Πίνακας 23 Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης	82
Πίνακας 24 Κατάσταση Χρηματοοικονομικής Θέσης.....	83
Πίνακας 25 Κατάσταση Ταμειακών Ροών.....	85
Πίνακας 26 Payback Period.....	85
Πίνακας 27 ROI	86
Πίνακας 28 NPV	86
Πίνακας 29 IRR	87

Κατάλογος Εικόνων

Εικόνα 1 PEST Analysis [1].....	20
Εικόνα 2 Οι 5 δυνάμεις του Porter[1].....	23
Εικόνα 3 Η διαδικασία STP	28
Εικόνα 4 Κάτοψη	34

Κεφάλαιο 1 Σύνοψη

Βάση της εντολής που εκδόθηκε από την **Prodea Investments** (εφεξής ως «Επενδυτής») την 1 Ιουλίου 2023, η εταιρεία **Revival SA** (εφεξής αναφερόμενη ως «Σύμβουλος»), ανέλαβε να παρέχει επαγγελματικές υπηρεσίες επιχειρηματικού και χρηματοοικονομικού συμβούλου προς τον Επενδυτή. Σκοπός της συνεργασίας αυτής είναι η εκπόνηση μελέτης σκοπιμότητας για τη νέα εταιρεία **Lamway Hotel A.E.** (εφεξής επίσης γνωστή ως «Εταιρεία»), που πρόκειται να ιδρυθεί με σκοπό την ανέγερση και λειτουργία ενός νέου Residential Boutique Hotel (5 αστέρων) στην περιοχή του Ναυπλίου.

Η μελέτη σκοπιμότητας θα καλύπτει ένα χρονικό ορίζοντα 6 ετών, συμπεριλαμβανομένης και μιας χρονικής περιόδου κατασκευής ενός έτους αλλά και πέντε ετών λειτουργίας. Η νέα ξενοδοχειακή μονάδα πρόκειται να ανεγερθεί σε οικόπεδο που ανήκει στον επενδυτή, με τον επενδυτή να συνεισφέρει το οικόπεδο έναντι μετοχικού κεφαλαίου ισόποσης αξίας. Η αξία του οικοπέδου ανέρχεται σε €600χιλ, όπως έχει προσδιοριστεί από ανεξάρτητο εκτιμητή ακινήτων.

Το κόστος απόκτησης του εξοπλισμού της μονάδας εκτιμάται σε 534 χιλιάδες ευρώ, με το συνολικό κόστος της επένδυσης να ανέρχεται στα 6,2 εκατομμύρια ευρώ, συμπεριλαμβανομένου του οικοπέδου αξίας 600 χιλιάδων ευρώ που προαναφέρθηκε. Επιπλέον ο επενδυτής θα καταβάλει μετοχικό κεφάλαιο ύψους 1,1 εκατομμυρίου ευρώ, καθιστώντας το συνολικό μετοχικό κεφάλαιο 1,7 εκατομμύρια ευρώ. Η εταιρεία ωστόσο θα επιδιώξει και τη λήψη δανείου ύψους 4,5 εκατομμυρίων ευρώ προκειμένου να χρηματοδοτηθεί η κατασκευή της ξενοδοχειακής μονάδας.

Η κατασκευαστική περίοδος αναμένεται να διαρκέσει 1 έτος (01/07/2023 – 31/06/2024), ενώ ως το πρώτο οικονομικό έτος λειτουργίας («OE1E») ορίζεται η περίοδος (01/07/2024 – 31/06/2025). Βάση των χρηματοοικονομικών προβλέψεων, η Εταιρεία φαίνεται πως θα παρουσιάζει **κερδοφόρα αποτελέσματα** καθ' όλη την 5ετή περίοδο λειτουργίας της, ενώ η επένδυση αξιολογείται **θετικά**. Λεπτομερέστερη ανάλυση ακολουθεί στο κεφάλαιο δέκα της εν λόγω έκθεσης.

Η εξεταζόμενη ξενοδοχειακή μονάδα σχεδιάζεται με στόχο να φιλοξενεί κατά κύριο λόγο επισκέπτες που επιθυμούν μακροχρόνιες διαμονές, απολαμβάνοντας τις πολυτελείς ανέσεις και υπηρεσίες της. Η μονάδα θα αποτελείται από 60 υψηλής ποιότητας δωμάτια προς ενοικίαση, ενώ το συγκρότημα θα περιλαμβάνει εστιατόριο, μπαρ, σπα και αίθουσες εκδηλώσεων σε μια όαση πολυτέλειας.

Ο μέσος όρος ημερήσιας τιμής (average daily rate -ADR) θα ανέρχεται σε €150/διανυκτέρευση κατά τη διάρκεια της καλοκαιρινής περιόδου (High season - 01/05 έως 30/09) και στα €120/διανυκτέρευση κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου (low season - 01/10 έως 30/04), δεδομένου ότι στοχεύει σε υψηλόβαθμα στελέχη επιχειρήσεων και ταξιδιώτες υψηλού εισοδήματος.

Αναμένεται μια μέση πληρότητα περίπου στο 85% κατά τη high season (01-05 έως 30-09) και 40% κατά τη low season (01-10 έως 30-04) το πρώτο έτος και αύξηση κατά 10% και 20% αντίστοιχα μέχρι και το 5ο έτος λειτουργίας.

Η Επένδυση πρόκειται να δημιουργήσει 61 νέες θέσεις εργασίας, όσα και τα άτομα που θα χρειαστούν για την πλήρη λειτουργία του ξενοδοχείου.

Εκτός από τα χρηματοοικονομικά οφέλη για τον Επενδυτή, πιστεύεται ότι η μονάδα θα έχει θετικό αντίκτυπο τόσο για την τοπική κοινωνία όσο και για την οικονομία, προσφέροντας νέες θέσεις εργασίας και συνεισφέροντας σημαντικά στην ανάπτυξη του τοπικού τουρισμού.

Κεφάλαιο 2 Βασική ιδέα και ιστορικό

2.1 Περιγραφή ιδέας

Η ιδέα για τη δημιουργία ενός εξαιρετικού ξενοδοχειακού συγκροτήματος αναδύθηκε κατά τη διάρκεια της ιδιαίτερης περιόδου που δημιούργησε η πανδημία του κορονοϊού κατά τη διάρκεια της οποίας διάφορες επαρχίες (όπως και πολλές περιοχές της Πελοποννήσου) επιλέχθηκαν ως προορισμοί των εξ αποστάσεως εργαζομένων με σκοπό την αποκέντρωση. Είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι αυτή η παγκόσμια τάση φαίνεται να εξακολουθεί να αυξάνεται.

Το κύμα αυτό έχει ήδη επηρεάσει πολλές χώρες οι οποίες φαίνεται να έχουν κινηθεί προς τη ρύθμιση του θεσμικού τους πλαισίου, αλυσίδες ξενοδοχείων που προσφέρουν ειδικά πακέτα και αυξήσεις στις βραχυχρόνιες ενοικιάσεις.

Συνδυαστικά με την ανάγκη μιας πολυτελούς διαμονής των επισκεπτών υψηλού εισοδήματος αποφασίστηκε η δημιουργία ενός **Residential Boutique Hotel**, το οποίο αποτελεί υποκατηγορία των Boutique Hotels.

Αυτό το κατάλυμα στοχεύει σε επισκέπτες που επιθυμούν μακροχρόνιες διαμονές με τις ανέσεις και τις υπηρεσίες του πολυτελούς τρόπου ζωής. Ενώ τα "Residential Boutique Hotels" είναι συνήθως σχεδιασμένα για ταξιδιώτες επιχειρηματίες, είναι ανοιχτά και για το ευρύτερο κοινό που επιθυμεί να ταξιδέψει έχοντας τις ανέσεις του σπιτιού και τον πολυτελή χαρακτήρα ενός ξενοδοχείου.

Τα κριτήρια που καθορίζουν τον χαρακτήρα "Boutique" περιλαμβάνουν τα εξής:

- Μικρό αριθμό δωματίων (μέχρι 60),
- Τις υψηλής ποιότητας παροχές και υπηρεσίες σε κατηγορίες 3, 4 και 5 αστέρων,
- Τον ξεχωριστό σχεδιασμό του, ο οποίος υποστηρίζεται από την αρχιτεκτονική, τη διακόσμηση και όλες τις πτυχές της λειτουργίας του καταλύματος και
- Τις εξατομικευμένες ανά πελάτη υπηρεσίες.

Ένας ακόμη λόγος που ο Επενδυτής επέλεξε το συγκεκριμένο target group αποτελεί η δυνατότητα **επέκτασης της τουριστικής σεζόν**.

Επιπλέον, ο επενδυτής στοχεύει να επεκτείνει την τουριστική σεζόν, ενώ το επενδυτικό πλάνο και οι τουριστικές ευκαιρίες αναμένεται να συμβάλουν στην περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού, της επιχειρηματικής δραστηριότητας και του επενδυτικού ενδιαφέροντος.

Ο επενδυτής στοχεύει στο να δοθεί έμφαση στη βιωσιμότητα και τη βιοποικιλότητα του συγκεκριμένου προορισμού, προσφέροντας δραστηριότητες αγροτουρισμού, αλλά και μια διαφοροποιημένη προσέγγιση στο εστιατόριο του ξενοδοχείου "farm a la table."

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι ο επενδυτής διαθέτει επίσης εκτεταμένη εμπειρία στον τουριστικό τομέα, καθώς τα τελευταία χρόνια επενδύει σε τουριστικά ακίνητα, είτε μέσω της κατασκευής είτε μέσω της ανακατασκευής κτιρίων σε ξενοδοχεία.

Η επιλογή του σημείου για την επένδυση στο Ναύπλιο είχε πολλούς λόγους. Πρόκειται για μια περιοχή που αναδεικνύει τις διάφορες πτυχές της, όπως ο πολιτισμός, το περιβάλλον, η φύση, η ιστορία, η θάλασσα, και οι παραλίες, με την ικανότητα να παρέχει εύκολη πρόσβαση σε διεθνείς αερολιμένες και σε μέσα μεταφοράς. Επιπλέον, βρίσκεται κοντά σε περιοχές με ανάπτυξη στον αγροτουρισμό και τον οινοτουρισμό, ενώ είναι επίσης κοντά στη μεγαλύτερη αστική περιοχή της χώρας με έντονη εμπορική και χρηματοοικονομική δραστηριότητα.

Επιπλέον, η περιοχή διαθέτει σημαντικά πολιτιστικά και ιστορικά μνημεία και προσφέρει πρόσβαση σε υψηλής ποιότητας παραλίες, καθώς και σύνδεση με δίκτυο μαρίνων για ναυσιπλοΐα αναψυχής σε κοντινούς προορισμούς.

Όπως αναφέρθηκε ξανά το οικόπεδο που θα χρησιμοποιηθεί για την ανέγερση της ξενοδοχειακής μονάδας αποτελεί περιουσιακό στοιχείο του Επενδυτή, ο οποίος θα το προσφέρει στην Εταιρεία με αντάλλαγμα μετοχικό κεφάλαιο.

Εν κατακλείδι, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι ο επενδυτής διαθέτει επίσης εκτεταμένη εμπειρία στον τουριστικό τομέα, καθώς τα τελευταία χρόνια επενδύει σε τουριστικά ακίνητα, είτε μέσω της κατασκευής είτε μέσω της ανακατασκευής κτιρίων σε ξενοδοχεία.

2.2 Υποστηρικτές σχεδίου & ιδρυτές

Η εταιρεία η οποία θα υλοποιήσει το υπό εξέταση επενδυτικό σχέδιο είναι η **Prodea Investments**, η οποία στο εξής θα αναφέρεται ως «Επενδυτής». Η εταιρεία ιδρύθηκε το 2013.

Ο Επενδυτής εξειδικεύεται στον τομέα της ανάπτυξης και των επενδύσεων σε ακίνητα. Αξιοποιεί ακίνητα άμεσα, όπως καταστήματα, γραφεία και βιομηχανικά κτίρια. Επιπρόσθετα επενδύει σε μελλοντικά ακίνητα, όπως σε οικόπεδα τα οποία αναπτύσσει με την κατασκευή κτιρίων προς εκμετάλλευση.

Στο ξεκίνημα εστίασε σε ακίνητα με σταθερή και εγγυημένη απόδοση όπως τα καταστήματα. Στη συνέχεια, επένδυσε γρήγορα στον τουριστικό τομέα είτε με την κατασκευή ή την ανακαίνιση κτιρίων για ξενοδοχεία, είτε με την αγορά έτοιμων ξενοδοχείων.

Ο Επενδυτής έχει αξιοσημείωτη εμπειρία στον τομέα του τουρισμού. Στο χαρτοφυλάκιο του περιλαμβάνονται 380 εμπορικά ακίνητα, 22 τουριστικά ακίνητα σε πέντε χώρες (Ελλάδα, Κύπρος, Ιταλία, Ρουμανία, Βουλγαρία). Μάλιστα, το 31% των ετήσιων εσόδων από μισθώματα προέρχονται από τα ξενοδοχεία.

2.3 Ιστορικό επενδυτικού σχεδίου

Η ιδέα για την δημιουργία του εν λόγω ξενοδοχείου γεννήθηκε τον Ιούνιο του 2021 κατά τη διάρκεια της πανδημίας του κορονοϊού. Η εκπόνηση ωστόσο, της παρούσας μελέτης σκοπιμότητας ανατέθηκε στο εξειδικευμένο γραφείο μελετών σχεδόν δυο χρόνια αργότερα, τον Μάιο του 2023, με προθεσμία παράδοσης εντός ενός μήνα.

Εκτιμάται ότι η επιχείρηση θα ξεκινήσει τη λειτουργία της τον Ιούνιο του 2024, ενώ οι

σχεδιασμοί και οι διαδικασίες για την υλοποίησή της θα ξεκινήσουν να πραγματοποιούνται ήδη από τον Ιούνιο του 2023.

Για την πραγματοποίηση αυτού του business plan, η μελετητήρια εταιρεία χρησιμοποίησε πληροφορίες που προέκυψαν από την κλαδική έρευνα που παρουσίασε η εταιρεία ΣΤΟΧΑΣΙΣ Σύμβουλοι Επιχειρήσεων Α.Ε.Ε.Α.Π. (Κλαδικές Στοχεύσεις - Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις) με ημερομηνία δημοσίευσης τον Δεκέμβριο του 2022.

2.4 Μελέτη σκοπιμότητας

Ο Επενδυτής ανέθεσε στην Revival SA, μια εταιρεία επιχειρηματικών συμβούλων με εκτεταμένη εμπειρία στον τομέα του τουρισμού, την εκπόνηση της παρούσας μελέτης σκοπιμότητας.

Ο στόχος της έρευνας είναι να διερευνήσει τη βιωσιμότητα του επενδυτικού σχεδίου του Επενδυτή. Πιο συγκεκριμένα, αυτή η ανάλυση αναζητά και ανταποκρίνεται σε ακόλουθα ερωτήματα:

Είναι το προτεινόμενο επιχειρηματικό σχέδιο περισσότερο πολύτιμο, αποδοτικό και βιώσιμο;

Ανταποκρίνεται το σχέδιο σε αυτό που επιθυμούν οι ενδιαφερόμενοι;

Υπάρχει η δυνατότητα να ολοκληρωθεί η επένδυση εντός των προκαθορισμένων χρονικών πλαισίων;

Είναι διαθέσιμοι οι αναγκαίοι ανθρώπινοι και οικονομικοί πόροι, εργαλεία και τεχνολογικά μέσα για την επιτυχή υλοποίηση αυτής της επένδυσης;

Υπάρχει ένα νομικό πλαίσιο που υποστηρίζει την υλοποίηση της επένδυσης;

2.5 Κόστος προεπενδυτικών μελετών & ερευνών που επιβαρύνουν το σχέδιο

Το κόστος της μελέτης σκοπιμότητας, που θα υλοποιηθεί από επιλεγμένη, εξειδικευμένη ομάδα της Revival SA, κοστολογείται στα €12.000.

Επιπλέον, δεν απαιτούνται επιπρόσθετες προεπενδυτικές μελέτες (όπως ανάλυση αγοράς, κ.λπ.) από εξωτερικούς συνεργάτες, καθώς αυτές ενσωματώνονται στις υπηρεσίες του συμβούλου.

Το κόστος της κλαδικής μελέτης της ΣΤΟΧΑΣΙΣ έχει ήδη καλυφθεί από τον σύμβουλο και δεν θα κοστίσει οικονομικά στον Επενδυτή.

Κεφάλαιο 3 Ανάλυση Αγοράς και Μάρκετινγκ

3.1 Ορισμός της Αγοράς & Ανάλυση της Δομής της

Ο τουρισμός αποτελεί μία από τις γρηγορότερα αναπτυσσόμενες βιομηχανίες παγκοσμίως, προσφέροντας ανεκτίμητες ευκαιρίες οικονομικής ανάπτυξης σε χώρες που στηρίζουν αυτόν τον τομέα. Τα οφέλη του τουρισμού είναι πολλά και ποικίλα, περιλαμβάνοντας όχι μόνο την οικονομική πτυχή αλλά και κοινωνικές, πολιτιστικές και πολιτικές πτυχές. Ο τουρισμός παρέχει υπηρεσίες που μπορούν να εμπορευθούν διεθνώς και βρίσκεται σε μια διαρκή ανταγωνιστική θέση.

Η συνεισφορά του τουρισμού είναι πολύ σημαντική για την ελληνική οικονομία αφού φαίνεται να αντιπροσωπεύει το 7,2% του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ) για το έτος 2021. Ένα αναλογιστεί κανείς τα επιπρόσθετα οφέλη του τουρισμού, το σύνολο της συνεισφοράς του αγγίζει το 15,9% έως 19,1% το ίδιο έτος. Συμπερασματικά λοιπόν ο ξενοδοχειακός κλάδος φαίνεται να είναι καταλυτικής σημασίας για την τουριστική βιομηχανία αλλά και για την ευρύτερη οικονομία. Η εκτιμώμενη αξία της ξενοδοχειακής αγοράς στην Ελλάδα για το 2021 άγγιξε τα 4.980 εκατ. Ευρώ.

Η Ελλάδα, με τα περισσότερα από 16.000 χιλιόμετρα ακτογραμμής, περίπου 6.000 νησιά, και μια σταθερή θέση στην παγκόσμια τουριστική αγορά, ανοίγει την πόρτα για σημαντικές επενδύσεις στον τομέα. Είναι ένας από τους δημοφιλέστερους προορισμούς για καλοκαιρινές διακοπές, ενώ προσφέρει επίσης ελκυστικές επιλογές για θεματικό τουρισμό καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Κυρίαρχα ανταγωνιστικά της πλεονεκτήματα αποτελούν τόσο ο πλούσιος πολιτισμικός θησαυρός της, η φυσική ομορφιά της όσο και η γεωγραφική της ποικιλομορφία.

Προς το παρόν, ο τουριστικός τομέας στην Ελλάδα επικεντρώνεται σε στρατηγικές προσπάθειες που στοχεύουν στην επέκταση της τουριστικής περιόδου και στην προσέλκυση υψηλότερου επιπέδου τουριστικών ομάδων (π.χ. επισκέπτες με υψηλά εισοδήματα, high-net-worth επισκέπτες), με την αύξηση των μέσων εσόδου ανά επισκέπτη και την επέκταση προς νέες διεθνείς αγορές. Ο τουρισμός χωρίζεται σε διάφορες κατηγορίες, όπως ο θαλάσσιος τουρισμός, ο τουρισμός πόλεων, ο πολιτισμικός, αθλητικός και θρησκευτικός τουρισμός, ο συνεδριακός τουρισμός (MICE), καθώς και τα ολοκληρωμένα θέρετρα και η παραθεριστική στέγαση.

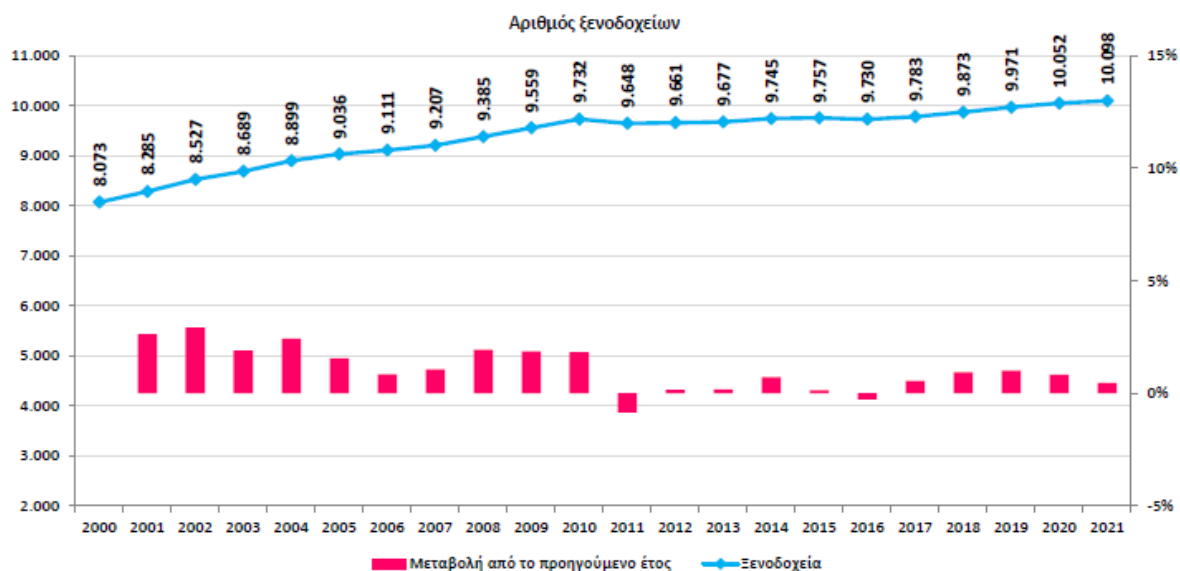
3.2 Γενικά Χαρακτηριστικά του Κλάδου

Η αντίληψη του τουριστικού τομέα περιλαμβάνει όλα τα στοιχεία που επηρεάζουν τον επισκέπτη, άμεσα ή έμμεσα, διαμορφώνοντας την εντύπωσή του για τον προορισμό. Κομβικοί παράγοντες που επιδρούν στο πως αντιλαμβάνεται ο επισκέπτης το περιβάλλον, περιλαμβάνουν τις υπηρεσίες ή τα προϊόντα που προσφέρει ο συγκεκριμένος προορισμός, σε συνδυασμό με τα μεταφορικά δίκτυα, τις υποδομές, το περιβάλλον και την εργατική δύναμη.

Στην Ελλάδα, ο συνολικός αριθμός των ξενοδοχειακών μονάδων αυξήθηκε σε 10.098 μονάδες, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 0,5% το 2021 σε σύγκριση με το 2020 και 1,3% σε σύγκριση με το 2019, προσθέτοντας 127 ξενοδοχειακές μονάδες το 2021 σε σύγκριση με το 2019. Επιπρόσθετα, φάνηκε σημαντική αύξηση στον αριθμό των δωμάτων (2021/2020: 0,7%, 2020/2019: 1,1%) και των κλινών (2021/2020: 1,2%,

2020/2019: 1,5%).

Επιπλέον, τα ξενοδοχεία υψηλότερης κατηγορίας (4* και 5*) αντιστοιχούν περίπου στο 50% του συνόλου των δωματίων (28,3% και 22,0% αντίστοιχα). Στον αντίποδα, η μεγαλύτερη μερίδα των ξενοδοχειακών μονάδων ανήκει στις κατηγορίες 2* (35%) και 3* (28%).



Γράφημα 1 Αύξηση Αριθμού Ξενοδοχείων ανά τα Έτη

Η Αθήνα τα τελευταία χρόνια αποτελεί μια "ανερχόμενη τάση".

- Αποδράσεις στην πόλη (City Breaks)
 - Βραβείο Europe's Leading City Break Destination το 2018
 - Δεύτερη καλύτερη επίδοση στην Ευρώπη για το 2017
- Συναντήσεις, Κίνητρα, Συνέδρια και Εκθέσεις (MICE)
 - 26η θέση παγκοσμίως και 16η θέση στην Ευρώπη (ICCA 2018)
 - 17η θέση παγκοσμίως και 12η θέση στην Ευρώπη (ICCA 2019)



Γράφημα 2 Κατανομή ξενοδοχείων ανά κατηγορία αστέρων[1]

3.3 Ανάλυση της Εγχώριας Αγοράς

Ο τουρισμός αντιπροσωπεύει ένα από τα πιο θεμελιώδη στοιχεία της ελληνικής οικονομίας, συνεισφέροντας σημαντικά ποσοστά στο συνολικό ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (ΑΕΠ) και συνεισφέροντας ουσιαστικά και αποτελεσματικά στην ενίσχυση της χώρας.

- 5,9% -> 2022
- 7,2% -> 2021
- 3,7% -> 2020
- 11,7% -> 2019

Υπολογίζοντας και τα επιπρόσθετα οφέλη, το ποσοστό αυξάνεται,

- 15,9% έως 19,1% -> 2021
- 8,1% έως 9,7% -> 2020
- 26,3% έως 31,7% -> 2019

Έτσι, η ανοδική πορεία του ελληνικού τουρισμού δημιουργεί ένα κλίμα εμπιστοσύνης που προσελκύει μεγάλες αλυσίδες ξενοδοχείων και επενδυτικούς φορείς να επενδύσουν σε αυτόν.

Έτος	Τρίμηνο	Γενικός Δείκτης Κλάδου ⁽¹⁾ 55_56	Ετήσια μεταβολή (%)	Τριμηνιαία μεταβολή (%)	Δείκτης Κλάδου 55	Ετήσια μεταβολή (%)	Τριμηνιαία μεταβολή (%)	Δείκτης Κλάδου 56	Ετήσια μεταβολή (%)	Τριμηνιαία μεταβολή (%)
2019	Α'	42.8	-22.5	-39.3	21.3	-45.4	-66.9	62.6	-10.8	-17.7
	Β'	124.5	1.5	190.9	155.7	-1.3	631.0	95.7	5.7	52.9
	Γ'	234.7	6.1	88.5	330.6	4.0	112.3	146.3	10.9	52.9
	Δ'	73.9	4.8	-68.5	65.2	1.2	-80.3	82.0	7.8	-44.0
	Μέσος ετήσιος	119.0	1.3		143.2	-1.1		96.7	4.9	
2020	Α'	39.9	-6.8	-46.0	16.6	-21.9	-74.5	61.3	-2.0	-25.2
	Β'	19.7	-84.2	-50.6	4.7	-97.0	-71.6	33.5	-65.0	-45.5
	Γ'	86.7	-63.1	340.1	82.2	-75.1	1641.5	90.9	-37.9	171.6
	Δ'	31.3	-57.6	-63.9	22.3	-65.8	-72.9	39.7	-51.6	-56.3
	Μέσος ετήσιος	44.4	-62.7		31.5	-78.0		56.4	-41.7	
2021	Α'	16.1	-59.6	-48.6	6.2	-62.7	-72.2	25.3	-58.7	-36.3
	Β'	49.7	152.3	208.7	40.7	766.0	556.5	58.0	73.1	129.2
	Γ'	192.5	122.0	287.3	260.7	217.2	540.5	129.6	42.6	123.4
	Δ'	65.0	107.7	-66.2	55.5	148.9	-78.7	73.8	85.9	-43.1
	Μέσος ετήσιος	80.8	82.0		90.8	188.6		71.7	27.2	
2022	Α'	37.8	134.8	-41.8	17.5	182.3	-68.5	56.5	123.3	-23.4
	Β'	124.3	150.1	228.8	148.3	264.4	747.4	102.2	76.2	80.9
	Γ'	257.0	33.5	106.8	362.6	39.1	144.5	159.5	23.1	56.1
	Δ' ⁽²⁾	81.9	26.0	-68.1	75.7	36.4	-79.1	87.7	18.8	-45.0
	Μέσος ετήσιος	125.3	55.0		151.0	66.4		101.5	41.6	

⁽¹⁾ Ο Γενικός δείκτης 55+56 προκύπτει από τη σύνθεση των δεικτών του κλάδου 55 και του κλάδου 56.

⁽²⁾ Προσωρινά στοιχεία









Πίνακας 1. Εξέλιξη του Δείκτη Κύκλου Εργασιών στον τομέα Υπηρεσιών Παροχής Καταλύματος και εστίασης κλάδοι (55_56)

Πίνακας 1 Εξέλιξη του Δείκτη Κύκλου Εργασιών στον τομέα παροχής υπηρεσιών Καταλύματος και Εστίασης [1]

Εντός του πλαισίου αυτού, η εξέλιξη του ελληνικού τουρισμού προς το 2030 αναφέρεται στη μετάβαση από μια φυσική ανάπτυξη που δεν βασίζεται σε στόχους αλλά ίσως είναι πιο ανεπιτήδευτη σε μια προσεκτική, στρατηγική ανάπτυξη, λαμβάνοντας υπόψη τους διαθέσιμους πόρους και τις αναδυόμενες τάσεις και αγορές.

Εν συντομία, οι τρέχουσες παγκόσμιες τάσεις και προκλήσεις που καλείται να αντιμετωπίσει η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία περιλαμβάνουν:

- ✚ **Τον Ψηφιακό Μετασχηματισμό:** Η επιρροή της τεχνολογίας στον τουρισμό, συμπεριλαμβανομένης της ψηφιακής εμπειρίας των επισκεπτών.
- ✚ **Την Βιώσιμη Ανάπτυξη και Αειφορία:** Η ανάγκη για τουρισμό που σέβεται το περιβάλλον και την τοπική κοινότητα.
- ✚ **Τον Υπερτουρισμό:** Ο υπερβολικός τουριστικός φόρτος σε συγκεκριμένους προορισμούς.
- ✚ **Την Οικονομία Διαμοιρασμού:** Ο διαμοιρασμός των οφελών από τον τουρισμό μεταξύ των τοπικών κοινοτήτων.
- ✚ **Τις Κοινωνικές & Δημογραφικές Αλλαγές:** Οι αλλαγές στην κοινωνία και τον πληθυσμό, συμπεριλαμβανομένων των ταξιδιωτικών τάσεων.
- ✚ **Τους Αναδυόμενους Προορισμούς:** Η εμφάνιση νέων τουριστικών προορισμών.
- ✚ **Την Ασφάλεια και Διαχείριση Κρίσεων:** Η ανάγκη για ασφαλή ταξίδια και η αντιμετώπιση κρίσεων όπως η πανδημία COVID-19.

	Ψηφιακός μετασχηματισμός	<ul style="list-style-type: none"> Υποστηρικτικοί μηχανισμοί και προγράμματα παροχής πόρων, δεξιοτήτων και τεχνογνωσίας με σκοπό την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών και πρακτικών έξυπνου τουρισμού για την επιτάχυνση του ψηφιακού μετασχηματισμού και την βελτίωση της τουριστικής εμπειρίας Δημιουργία ολοκληρωμένων διαδικτυακών πλατφορμών προβολής & προώθησης τουριστικών προϊόντων από οργανισμούς τουρισμού
	Βιώσιμη ανάπτυξη & αειφορία	<ul style="list-style-type: none"> Εθνικές πρωτοβουλίες βιώσιμης ανάπτυξης και προγράμματα πιστοποίησης προορισμών και επιχειρήσεων που εφαρμόζουν βέλτιστες πρακτικές στον τομέα της αειφορίας με στόχο την αποτελεσματικότερη προβολή & προώθηση και την ανάπτυξη συνεργασιών
	Υπερτουρισμός	<ul style="list-style-type: none"> Μέτρα και πολιτικές για την γεωγραφική και χρονική κατανομή επισκέψεων σε λιγότερο δημοφιλείς προορισμούς Επιβολή φόρων / προστίμων για την αντιμετώπιση των φαινομένων υπερτουρισμού, ρυθμιστικά μέτρα για την κυκλοφορία των τουριστών, την προσφορά καταλυμάτων και τις τουριστικές δραστηριότητες σε δημοφιλείς περιοχές / αξιοθέατα
	Οικονομία διαμοιρασμού	<ul style="list-style-type: none"> Ρυθμιστικό και νομοθετικό πλαίσιο για την οικονομία διαμοιρασμού με στόχο τη διασφάλιση συνθηκών ελεύθερου και δίκαιου ανταγωνισμού και της ασφάλειας των κατοίκων και των τουριστών Καταγραφή και παρακολούθηση των καταλυμάτων και των τουριστικών υπηρεσιών που προσφέρονται μέσω των πλατφορμών της οικονομίας διαμοιρασμού
	Κοινωνικές & δημογραφικές αλλαγές	<ul style="list-style-type: none"> Εξατομίκευση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, κατάλληλη προσαρμογή και αναβάθμιση των τουριστικών υποδομών και επανασχεδιασμός των στρατηγικών τουριστικής προβολής & προώθησης με χρήση ψηφιακών μέσων και εστίαζοντας στις προτιμήσεις, ανάγκες και απαιτήσεις της κάθε κατηγορίας / προφίλ τουρίστα
	Αναδυόμενοι προορισμοί	<ul style="list-style-type: none"> Ολοκληρωμένα στρατηγικά πλάνα και δράσεις ανάπτυξης και προβολής & προώθησης του τουριστικού προϊόντος σε μη παραδοσιακά τουριστικά «hotspots», σε αναδυόμενους προορισμούς, καθώς και σε «δευτερεύουσες πόλεις»
	Ασφάλεια & διαχείριση κρίσεων	<ul style="list-style-type: none"> Μηχανισμοί και μέτρα για την προετοιμασία και την αποτελεσματική διαχείριση πιθανών μελλοντικών κρίσεων Άμεση επανεκκίνηση του τουρισμού μέσα από τη δημιουργία κλίματος ασφάλειας και ανάπτυξη και εφαρμογή κατάλληλης επικοινωνιακής στρατηγικής για την αποτελεσματική προβολή & προώθηση των προορισμών
	Νέος Κορωναιός (COVID-19)	<ul style="list-style-type: none"> Υποστήριξη της τουριστικής ανάκαμψης και του εγχώριου τουρισμού και ενίσχυση στην οικονομική στήριξη και προστασία της απασχόλησης των πληγέντων τουριστικών επιχειρήσεων με στόχο την καταπολέμηση των επιπτώσεων και του αντικτύπου του νέου Κορωναιού (COVID-19) Πρωτοβουλίες για την πληροφόρηση του κλάδου και σύμπραξη δημόσιου και ιδιωτικού τομέα με στόχο τη δημιουργία και εφαρμογή από τελεματικών πρωτοκόλλων υγείας και ασφάλειας

Πίνακας 2 Προκλήσεις Παγκόσμιας Τουριστικής Βιομηχανίας [1]

Εν κατακλείδι, ο τουρισμός προσαρμόζεται σε έναν σύγχρονο κόσμο, επικεντρώνοντας τις προσπάθειες του στην βιωσιμότητα, την τεχνολογία και την ισορροπία μεταξύ τουρισμού και τοπικών κοινοτήτων.

Προσδιοριστικοί Παράγοντες Ζήτησης

Η τουριστική ζήτηση αναφέρεται στον συνολικό αριθμό ατόμων που εκδηλώνουν ενδιαφέρον για τον τουρισμό και τον συνολικό όγκο των τουριστικών αγαθών που σκοπεύουν να εκμεταλλευτούν.

Είναι κοινή αντίληψη ότι οι άνθρωποι - ως καταναλωτές - επιδιώκουν να επιτύχουν οικονομική συνοχή στις αποφάσεις τους. Συνεπώς, πριν από κάθε αγορά ενός προϊόντος ή τη χρήση μιας συγκεκριμένης υπηρεσίας για την ικανοποίηση των αναγκών τους, πραγματοποιούν λογιστικούς υπολογισμούς προκειμένου να εκτιμήσουν τα οφέλη που θα αποκομίσουν.

Οι κύριοι παράγοντες που διαμορφώνουν την τουριστική ζήτηση είναι οι εξής:

- ❖ **Οικονομικές συνθήκες:** Οι ταχύτερες ρυθμίσεις της οικονομίας στις κύριες χώρες προέλευσης των επισκεπτών, οι εξελίξεις που παρατηρούνται σε ορισμένες χώρες (όπως το Brexit), η νομισματικό ισοτιμία του ευρώ και τα απρόβλεπτα γεγονότα (όπως η πανδημία του Covid-19) επηρεάζουν ευρύτερα τη ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες και ειδικότερα τις υπηρεσίες φιλοξενίας. Συγκεκριμένα για το 2022, νέες γεωπολιτικές εξελίξεις που προέκυψαν από την εμπόλεμη κατάσταση στην Ουκρανία και το αυξημένο κόστος ενέργειας με σοβαρές επιδράσεις στις τιμές, δημιούργησαν ένα νέο περιβάλλον, με αποτέλεσμα την αύξηση των επιτοκίων από την Κεντρική Τράπεζα και τη σημαντική πτώση της ανάπτυξης σε παγκόσμιο επίπεδο.

- ❖ **Πανδημία Covid-19:** Η υγειονομική και οικονομική κρίση που προκλήθηκε από την πανδημία Covid-19 είχε δυσμενείς συνέπειες στον αναλυόμενο κλάδο καθώς διακόπηκε προσωρινά η ανοδική του τροχιά. Αξίζει να επισημανθεί ότι το 2020 λειτούργησε μόνο το 60% των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. (Πηγή: ΙΤΕΠ)
- ❖ **Συναλλαγματικές ισοτιμίες:** Η σύγκριση του κόστους διαμονής και άλλων δαπανών ενός ταξιδιού, όπως μεταφορές και φαγητό, όπως αυτή απορρέει από τις συναλλαγματικές ισοτιμίες και τα επίπεδα τιμών, ασκεί σημαντική επίδραση στη ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών από το εξωτερικό. Ένας εξίσου σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει τις τιμές όμως αποτελεί και η έμμεση φορολογία, όπως ο ΦΠΑ.
- ❖ **Πολιτικό κλίμα – Γεωπολιτικές συνθήκες:** Η πολιτική κατάσταση και οι γεωπολιτικές συνθήκες σε κάθε περιοχή επηρεάζουν σημαντικά το τουριστικό περιβάλλον. Ειδικότερα, το πολιτικό κλίμα, οι εμπόλεμες συγκρούσεις και οι απειλές από τρομοκρατικές επιθέσεις, τα φυσικά φαινόμενα όπως σεισμοί και κακοκαιρία, καθώς και επιδημίες, ασκούν επίδραση τόσο στη ζήτηση των τουριστικών υπηρεσιών όσο και στην ευκολία μετακίνησης των τουριστών. Συγκεκριμένα, η επικρατούσα εμπόλεμη κατάσταση στο Ισραήλ, στην Ουκρανία και οι κυρώσεις που επιβλήθηκαν στη Ρωσία έχουν την προοπτική να επηρεάσουν, έστω και κατά μέρος, το ενδιαφέρον των τουριστών για τις σχετικές υπηρεσίες.
- ❖ **Πολιτιστικά Χαρακτηριστικά:** Ο πολιτιστικός πλούτος της Ελλάδας που περιλαμβάνει αξιοσημείωτα μνημεία, μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, αποτελεί αντικείμενο έντονου ενδιαφέροντος για πλήθος τουριστών. Αυτό το πολιτιστικό κεφάλαιο προσελκύει εκατομμύρια επισκέπτες που επιθυμούν να εξερευνήσουν την ιστορία και την τέχνη της χώρας.
- ❖ **Υποδομές – Αερομεταφορές:** Οι υποδομές και οι αερομεταφορές διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στον τουρισμό. Η συνεχής βελτίωση των υποδομών όπως αεροδρόμια, λιμάνια, μαρίνες και αυτοκινητόδρομοι, καθώς και η αύξηση των αεροπορικών δρομολογίων, επηρεάζουν θετικά τη ζήτηση των τουριστικών υπηρεσιών. Συγκεκριμένα, η βελτιωμένη αερομεταφορά και η διαθεσιμότητα μεγαλύτερου αριθμού διαδρομών επιτρέπουν στους ταξιδιώτες από το εξωτερικό να προσεγγίσουν πιο εύκολα τους προορισμούς τους.
- ❖ **Προβολή:** Η διαρκής προβολή της Ελλάδας ως προορισμός τουρισμού, σε συνδυασμό με τη φήμη και την εμπειρία που συνοδεύουν τις επισκέψεις των ταξιδιωτών, αποτελούν ανεκτίμητους παράγοντες στο να προσελκύσουν ολοένα και περισσότερους τουρίστες. Ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, με την εκρηκτική ανάπτυξη της διαδικτυακής παρουσίας, η διασημότητα της χώρας αυτής έχει αυξηθεί ακόμα περισσότερο.
- ❖ **Εποχικότητα:** Η εποχικότητα αποτελεί σημαντικό παράγοντα που διαμορφώνει τη ζήτηση του τουρισμού. Αυτό οδηγεί σε μια ανάλογη προσαρμογή της τουριστικής προσφοράς. Αν και το τουριστικό προϊόν της Ελλάδας έχει κυρίως συνδεθεί με το θερινό τουρισμό, είναι σημαντικό να αναγνωρίσουμε ότι το κλίμα και οι γεωγραφικές συνθήκες επιτρέπουν την ανάπτυξη και του χειμερινού τουρισμού.
- ❖ **Αυξανόμενος ρόλος τεχνολογίας** στην εμπειρία επισκεπτών, internet (5G, WiFi), IoT, AI, ICT κτλ
- ❖ **Συνύπαρξη παραγωγικότητας και ευ-ζην** καταρρίπτοντας τις συμβατικές αποστάσεις χρόνου και χιλιομέτρων και ενισχύοντας την διάδραση τοπικής κοινωνίας και στελεχών εταιρειών

- ❖ Η Ελλάδα δεν είναι μόνο ιδανικός τόπος για διακοπές αλλά και ιδανικός τόπος που μπορείς να εργαστείς, να δημιουργήσεις σε πραγματικό χρόνο, μακριά από τα κεντρικά γραφεία της επιχείρησής σου.

3.4 Ανάλυση των Χαρακτηριστικών της Αγοράς

Κάποια κύρια σημεία στα οποία θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα είναι τα εξής:

- Εφαρμογή πρακτικών έξυπνου τουρισμού (smart tourism), στα προϊόντα και τις υπηρεσίες καθώς και στη διαδικασία διαχείρισης και λειτουργίας των τουριστικών προορισμών και επιχειρήσεων.
- Αποτελεσματική προβολή και προώθηση των τουριστικών προορισμών και των τοπικών προϊόντων, υπηρεσιών και επιχειρήσεων μέσω πολλαπλών μέσων και διαφορετικών πλατφορμών.
- Καινοτομία και ανταγωνιστικότητα μεταξύ των τουριστικών προορισμών, προϊόντων υπηρεσιών και επιχειρήσεων.
- Εκπαίδευση και κατάρτιση των εργαζομένων στον τουριστικό κλάδο και προσφορά απασχόλησης υψηλής αξίας.
- Εύκολη και άμεση προσβασιμότητα και συνδεσιμότητα των τουριστικών προορισμών με πολλαπλά μέσα μεταφοράς.
- Κοινωνική, οικονομική, πολιτιστική και περιβαλλοντική αειφορία και βιώσιμη ανάπτυξη.
- Ψηφιακός μετασχηματισμός των τουριστικών προορισμών, προϊόντων, υπηρεσιών και επιχειρήσεων.
- Βελτίωση και απλοποίηση του νομοθετικού και χωροταξικού πλαισίου και ενίσχυση των πολιτικών και των κινήτρων για την ολοένα αυξανόμενη προσέλκυση επενδύσεων.

Παρουσίαση Προορισμού

Το Ναύπλιο είναι μια παραθαλάσσια πόλη που βρίσκεται στην Πελοπόννησο και είναι η πρωτεύουσα της περιφερειακής ενότητας Αργολίδας και ένας σημαντικός τουριστικός προορισμός. Απέχει μόλις 139 χλμ από την πρωτεύουσα της Ελλάδας, την Αθήνα και συνδέονται μεταξύ τους με ένα μοναδικό εθνικό οδικό δίκτυο, γεγονός που κατατάσσει το Ναύπλιο στους πιο όμορφους και εύκολα προσβάσιμους ηπειρωτικούς προορισμούς. Αποτελεί έναν από τους πιο εδραιωμένους, δημοφιλείς και εμβληματικούς οδικούς προορισμούς της χώρας.

Το 2023 σχεδόν 30 εκατομμύρια τουρίστες επισκέφθηκαν την Ελλάδα. Ο τουρισμός γνώρισε άνθηση σε σχέση με την περσινή χρονιά, ωστόσο φαίνεται να υπήρξε αρνητικό πρόσημο αφίξεων στην Πελοπόννησο και τις Κυκλάδες.

Σε 29,9 εκατομμύρια ανήλθαν οι διεθνείς αεροπορικές και οδικές αφίξεις για το 9μηνο Ιανουαρίου – Σεπτεμβρίου του 2023, ξεπερνώντας τα αντίστοιχα περσινά επίπεδα, όπως σημειώνει το μηνιαίο στατιστικό δελτίο του ΙΝΣΕΤΕ. Κατά τον μήνα Σεπτέμβριο σημειώθηκαν 3,4 εκατ. αφίξεις καταγράφοντας αύξηση +8,4% σε σχέση με τον Σεπτέμβριο του 2022 και +11,9% σε σχέση με τον Σεπτέμβριο του 2019.

Την περίοδο Ιανουαρίου-Σεπτεμβρίου του 2023, καταγράφηκαν 20,9 εκατ. διεθνείς

αεροπορικές αφίξεις, ξεπερνώντας τα επίπεδα του Ιανουαρίου-Σεπτεμβρίου 2022 και παρουσιάζοντας αύξηση κατά +11,6%. Συγκρίνοντάς τη με την περίοδο Ιανουαρίου-Σεπτεμβρίου 2019 η αύξηση ανέρχεται σε ποσοστό +11%.

Κατά τους μήνες Ιανουαρίου-Σεπτεμβρίου του 2023, στις Κυκλάδες σημειώθηκαν 1,2 εκατ. διεθνείς αεροπορικές αφίξεις παρουσιάζοντας μείωση 99.000/-7,6% σε σύγκριση με το αντίστοιχη περίοδο του 2022 και στην Πελοπόννησο αντίστοιχα καταγράφηκαν 186.000 αφίξεις παρουσιάζοντας μια μείωση της τάξης του -3,0%.

Σημαντικό σημείο για την Πελοπόννησο αποτελεί το γεγονός ότι μέχρι τα μέσα του Νοεμβρίου θα γίνει παρουσίαση της ψηφιακής πλατφόρμας DMS (σύστημα διαχείρισης προορισμού), ενώ μέσα στον ίδιο μήνα προγραμματίζεται και η τελευταία φετινή εκδήλωση στο πλαίσιο του Φεστιβάλ Γαστρονομίας Πελοποννήσου / Peloponnese Food Stories, η οποία θα γίνει στην Βυτίνα, σε συνεργασία με τον Δήμο Γορτυνίας.

Αξίζει να σημειωθεί ότι **οι επισκέψεις ταξιδιωτών από άλλες χώρες** έδειξαν μείωση μόνο στην Περιφέρεια Πελοποννήσου ενώ αύξηση παρατηρήθηκε στις 12 άλλες Περιφέρειες. Πιο αναλυτικά, το πρώτο εξάμηνο του 2023 σε σχέση με το ίδιο περσινό χρονικό διάστημα, οι επισκέψεις μειώθηκαν 1,8% στην Περιφέρεια Πελοποννήσου ενώ αυξήθηκαν 29,8% στην Ελλάδα, οι διανυκτερεύσεις μειώθηκαν 3,1% στην Περιφέρεια Πελοποννήσου ενώ αυξήθηκαν 15,3% στην Ελλάδα και οι εισπράξεις μειώθηκαν κατά 8% ενώ κατά μέσο όρο στην Ελλάδα αυξήθηκαν 25,3%. **Οι διανυκτερεύσεις** μειώθηκαν μόνο στις Περιφέρειες Πελοποννήσου, Στερεάς Ελλάδας και Δυτικής Ελλάδας. Οι εισπράξεις μειώθηκαν μόνο στις Περιφέρειες Πελοποννήσου, Ιονίων Νήσων και Στερεάς Ελλάδας.

Ο μόνος δείκτης της Περιφέρειας Πελοποννήσου με θετικό πρόσημο ήταν της **δαπάνης ανά διανυκτέρευση** που σημείωσε αύξηση 8,5% από 54 ευρώ αν διανυκτέρευση το 2022 σε 58,6 ευρώ το 2023. Κατά μέσο όρο στην Ελλάδα η δαπάνη ανά διανυκτέρευση αυξήθηκε κατά 12,9% από 65 ευρώ το 2022 σε 73,4 ευρώ το 2023. Το δεύτερο τρίμηνο του 2023 στην Περιφέρεια Πελοποννήσου ο μέσος Βρετανός δαπάνησε ανά διανυκτέρευση 111,2 ευρώ, ο μέσος Γάλλος 59,5 ευρώ, ο μέσος Αμερικανός 57,5 ευρώ και ο μέσος Γερμανός 44,5 ευρώ.

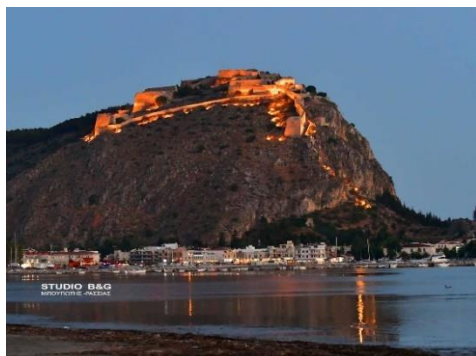
Η δαπάνη ανά επίσκεψη στην Περιφέρεια Πελοποννήσου μειώθηκε κατά 3% από 484,8 ευρώ το 2022 σε 470,2 το 2023. Κατά μέσο όρο στην Ελλάδα επίσης μειώθηκε κατά 3% από 452,1 ευρώ το 2022 σε 438,6 το 2023. Το δεύτερο τρίμηνο του 2023 στην Περιφέρεια Πελοποννήσου ο μέσος Βρετανός δαπάνησε ανά επίσκεψη 617,5 ευρώ, ο μέσος Γάλλος 509,4 ευρώ, ο μέσος Αμερικανός 293,8 ευρώ και ο μέσος Γερμανός 485,5 ευρώ.

Η μέση διάρκεια παραμονής στην Περιφέρεια Πελοποννήσου μειώθηκε από 9 σε 8 διανυκτερεύσεις ανά επίσκεψη και στην Ελλάδα κατά μέσο όρο από 6,9 σε 5,9 διανυκτερεύσεις ανά επίσκεψη. Το δεύτερο τρίμηνο του 2023 στην Περιφέρεια Πελοποννήσου ο μέσος Βρετανός πραγματοποίησε 5,6 διανυκτερεύσεις, ο μέσος Γάλλος 8,6 διανυκτερεύσεις, ο μέσος Αμερικανός 5, διανυκτερεύσεις και ο μέσος Γερμανός 10,9 διανυκτερεύσεις.

Αναλυτικά στοιχεία για τις επισκέψεις, τις διανυκτερεύσεις, και τις ταξιδιωτικές εισπράξεις του φετινού και του περσινού πρώτου εξαμήνου παρουσιάζονται στους πίνακες:

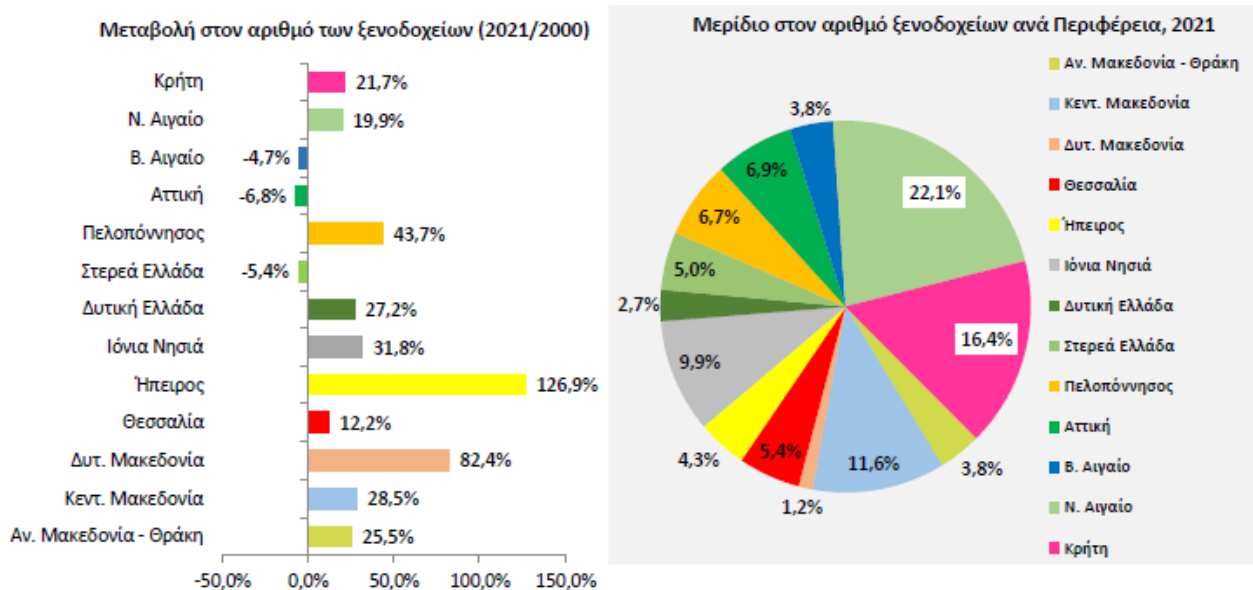
Περιφέρειες	Επισκέψεις (σε χιλιάδες)			Διανυκτερεύσεις (σε χιλιάδες)			Διανυκτερεύσεις (σε χιλιάδες)		
	2022	2023	% μεταβολή	2022	2023	% μεταβολή	2022	2023	% μεταβολή
Αττική	2.565,3	3.950,7	54,0%	16.751,7	23.146,3	38,2%	1.225,2	1.828,7	49,3%
Βόρειο Αιγαίο	50,8	66,7	31,3%	697,7	915,1	31,2%	35,2	58,2	65,3%
Νότιο Αιγαίο	1.763,3	2.135,7	21,1%	14.076,5	15.958,1	13,4%	1.234,6	1.671,3	35,4%
Κρήτη	1.531,9	1.618,5	5,7%	13.600,0	14.084,0	3,6%	1.234,6	1.671,3	35,4%
Αν. Μακεδονία και Θράκη	1.902,7	2.500,8	31,4%	1.341,8	1.480,8	10,4%	85,2	88,4	3,8%
Κεντρική Μακεδονία	341,2	532,2	56,0%	11.444,3	11.645,9	1,8%	485,2	527,7	8,8%
Δυτική Μακεδονία	93,0	124,6	34,0%	373,5	445,0	19,1%	20,2	25,2	24,8%
Ήπειρος	368,9	631,3	71,1%	844,7	1.502,1	77,8%	85,0	118,1	38,9%
Θεσσαλία	168,4	214,5	27,4%	1.148,3	1.255,0	9,3%	63,5	78,7	23,9%
Ιόνια Νησιά	724,9	814,6	12,4%	5.771,5	7.064,1	22,4%	556,5	466,4	-16,2%
Δυτική Ελλάδα	223,0	252,0	13,0%	1.362,3	1.297,8	-4,7%	86,8	107,5	23,8%
Στερεά Ελλάδα	218,6	220,8	1,0%	1.362,3	1.297,8	-4,7%	93,0	68,7	-26,1%
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	337,7	331,7	-1,8%	1.254,0	1.215,5	-3,1%	167,2	153,8	-8,0%
Ελλάδα	10.228,9	13.278,0	29,8%	71.613,8	82.595,9	15,3%	5.297,0	6.639,1	25,3%

Πίνακας 3 Επισκέψεις, Διανυκτερεύσεις και Ταξιδιωτικές Εισπράξεις Πρώτου εξαμήνου 2022 και 2023[1]



3.5 Ανάλυση του Ανταγωνιστικού Περιβάλλοντος

- Εγχώριος Ανταγωνισμός
- Διεθνής Ανταγωνισμός
- Βραχυχρόνιες Μισθώσεις



Γράφημα 3 Μεταβολή στον αριθμό και στο μερίδιο Ξενοδοχείων ανά Περιφέρεια 2000-2021

3.6 Ανάλυση Εξωτερικού Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος (PEST ANALYSIS)



Εικόνα 1 PEST Analysis [1]

Κοινωνικό – Πολιτισμικό

Ανάπτυξη **εξειδικευμένων τουριστικών προϊόντων** και υποδομών επικεντρωμένα γύρω από συγκεκριμένες θεματικές ενότητες (πχ. γαστρονομία, οινοποιία, πολιτισμός, ευεξία) και εναλλακτικά είδη τουρισμού (πχ. αγροτουρισμός ιατρικός, συνεδριακός, θρησκευτικός)

Αυξημένο ενδιαφέρον επισκεπτών μακράς διαρκείας

Αυξανόμενη συνείδηση καταναλωτών για την υγεία τους. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται η τάση προς μία καλή φυσική κατάσταση και έναν υγιεινό τρόπο ζωής

Αυξανόμενη **περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση** - ελαχιστοποίηση περιβαλλοντικού αποτυπώματος. Στον ξενοδοχειακό κλάδο παρατηρείται μια τάση προς βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης, με έμφαση τους τομείς της βιωσιμότητας και της βιοποικιλότητας στους προορισμούς και τη διατήρηση των τοπικών περιβαλλοντικών συνθηκών με την προσθήκη ανθεκτικής στη θερμότητα πανίδας και χλωρίδας

Αυξανόμενη τάση εξατομικευμένων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών (απόρριψη μαζικών αγορών) - ανάγκη για ύπαρξη ποιοτικών μονάδων που να ανταποκρίνονται στις ατομικές ανάγκες των καταναλωτών

Αυξανόμενη προτίμηση ταξιδιωτών σε boutique hotels

Τεχνολογικό

Αυξανόμενη χρήση των social media για προώθηση τουριστικών επιχειρήσεων

Διάδοση τεχνολογιών που εξυπηρετούν και την εργασία από απόσταση αν χρειαστεί (IoT, φορητότητα, electronic networking /cloud computing, υψηλές ταχύτητες /διαθεσιμότητα internet)

Δημιουργία νέων προϊόντων διαμέσου νέων τεχνολογιών

Ανάπτυξη / διάδοση λογισμικών και συστημάτων διαχείρισης κρατήσεων

Δημιουργία νέων προϊόντων και μέσων προώθησης διαμέσου νέων τεχνολογιών

Πολιτικό / Νομικό

Προώθηση τουριστικού προϊόντος από το Υπουργείο Τουρισμού με εστίαση στην **επέκταση της σεζόν**. Σε αυτή την κατεύθυνση έχουν συμβάλει οι διαφημιστικές καμπάνιες, όπως αυτή του ΕΟΤ "greekend: End your week like a Greek", όπως και η εκστρατεία από την Περιφέρεια Αττικής για την προώθηση του πολιτιστικού τουρισμού στην Αττική, με τίτλο: «Attica. Culture in a Word»

Επέκταση δρομολογίων αεροπορικών πχ. ο βρετανικός tour operator Jet2 ανακοίνωσε πρόσφατα την έναρξη χειμερινών δρομολογίων για πρώτη φορά, με πτήσεις προς την Αθήνα από τα αεροδρόμια του Μάντσεστερ και του Μπέρμιγχαμ

Χρονοβόρα διαδικασία αδειοδότησης ελληνικής γραφειοκρατίας

Αυστηρά καθορισμένο θεσμικό πλαίσιο (νομοθεσία αναφορικά με την ασφάλεια τροφίμων και άλλων υπηρεσιών, πιστοποιήσεις κτλ.)

Ανάπτυξη προγράμματος χορήγησης **σήματος boutique hotel** από το Σήματος Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας (ΞΕΕ)

Αυξανόμενο ενδιαφέρον κυβέρνησης στο να προσελκύσει όλο και περισσότερους ψηφιακούς νομάδες, αναγνωρίζοντας το θετικό οικονομικό τους αποτύπωμα στη χώρα (ο Ν. 4825/2021 παρέχει κίνητρα σε πολίτες τρίτων χωρών (εκτός ΕΕ) να εγκατασταθούν στην Ελλάδα και να εργάζονται εξ αποστάσεως χρησιμοποιώντας μεθόδους ψηφιακής τεχνολογίας για χρονική περίοδο 12 μηνών (με δυνατότητα ανανέωσης έως και 2 έτη). Στο ίδιο πλαίσιο, θεσπίζεται ένας νέος τύπος εθνικής

θεώρησης εισόδου που παρέχει τη δυνατότητα προσωρινής διαμονής στην Ελλάδα και μετατροπή της σε άδεια διαμονής υπό συγκεκριμένες προϋποθέσεις.

Οικονομικό

Έντονο επενδυτικό ενδιαφέρον από το εξωτερικό για τον ελληνικό τουριστικό κλάδο τόσο από μεγάλα funds, όσο και εδραιωμένες ξενοδοχειακές αλυσίδες – ιδιαίτερος στη δημιουργία ή/και ανακατασκευή πολυτελών θέρετρων και boutique ξενοδοχείων πόλης υψηλού επιπέδου τόσο σε εδραιωμένους τουριστικούς προορισμούς όσο και σε ανερχόμενους που εμφανίζουν σημαντικές αναπτυξιακές προοπτικές (Deloitte «European Hotel Industry Conference 2022»). Η Ελλάδα βρίσκεται μαζί με την Ισπανία και την Πορτογαλία μεταξύ των κορυφαίων ξενοδοχειακών επενδυτικών προορισμών της Ευρώπης.

Στο επίκεντρο του επενδυτικού ενδιαφέροντος η Αττική - Η Αθήνα βρίσκεται ανάμεσα στις δέκα πιο ελκυστικές ευρωπαϊκές πόλεις για ξενοδοχειακές επενδύσεις (9η) (INSETE, Enterprise Greece).

Αύξηση επιτοκίων – ακριβότερη χρηματοδότηση ξενοδοχείων καθώς το μεγαλύτερο μέρος των δανείων είναι με κυμαινόμενο επιτόκιο

Επιβάρυνση διαθέσιμου εισοδήματος Ευρωπαίων λόγω αύξησης κόστους χρήματος - οικονομική δυσκολία ακόμα και των VIP πελατών

Αυξημένος πληθωρισμός

Έλλειψη προσωπικού στον ξενοδοχειακό κλάδο

Υπαρξη προγραμμάτων χρηματοδότησης (πχ. ΕΣΠΑ)

3.7 Ανάλυση Εξωτερικού Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος (Porter 5 forces Analysis)



Εικόνα 2 Οι 5 δυνάμεις του Porter[1]

Απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων υψηλή

- Ύπαρξη οικονομίων κλίμακας μέτρια – ύπαρξη μεγάλων ξενοδοχειακών ομίλων
- Υψηλές κεφαλαιακές απαιτήσεις (έντασης παγίων περιουσιακών στοιχείων ή/και σε περιπτώσεις εξαγορών) – μακροχρόνια απόσβεση επένδυσης
- Διαφοροποίηση προϊόντος μεσαία (τοποθεσία/ποιότητα/είδος υπηρεσιών)
- Χαμηλό κόστος μετακίνησης - μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων και πολλαπλές εναλλακτικές, brand loyalty σε λίγες περιπτώσεις
- Εύκολη πρόσβαση σε προμηθευτές και κανάλια διανομής – μεγάλο πλήθος και μέγεθος
- Το υπάρχων θεσμικό πλαίσιο δεν δημιουργεί ιδιαίτερα εμπόδια πλην κάποιων καθυστερήσεων όταν απαιτείται αδειοδότηση από Φορείς / ΜΠΕ κτλ. Κυβερνητική πολιτική υποστηρικτική προς τον κλάδο
- Εύκολη Πρόσβαση σε τεχνολογία και τεχνογνωσία
- Υψηλός ρυθμός ανάπτυξης αγοράς – κυρίως διαφοροποιημένων μορφών τουρισμού

Διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών μεσαία, πλην των περιπτώσεων των μεγάλων ξενοδοχειακών ομίλων

- Μεγάλος αριθμός προμηθευτών κάθε κατηγορίας
- Ελαφρώς διαφοροποιημένο
- Δυνατότητα υποκατάστασης των προϊόντων των προμηθευτών
- Δεν υπάρχει δυνατότητα ολοκλήρωσης προς τα εμπρός
- Οι πελάτες του προμηθευτή δεν είναι σημαντικοί για αυτόν – μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων μικρού μεγέθους - πλην των περιπτώσεων των μεγάλων ξενοδοχειακών ομίλων

Διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών/πελατών υψηλή, κυρίως των μεγάλων ταξιδιωτικών γραφείων, τα οποία καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό τις τιμές

- Χαμηλός βαθμός συγκέντρωσης αγοραστών (τόσο tour operators όσο και μεμονωμένων τουριστών) με χαμηλή διαπραγματευτική δύναμη αλλά μικρός αριθμός των σημαντικότερων tour operators είναι σε θέση να ασκεί σημαντική πίεση
- Μεσαία δυνατότητα ολοκλήρωσης προς τα πίσω παρατηρούνται εξαγορές από tour operators
- Υψηλή ευαισθησία ως προς τη μεταβολή των τιμών – περιορισμένο brand loyalty, online έλεγχος και σύγκριση τιμών
- Υψηλό κόστος μετακίνησης
- Διαφοροποίηση υπηρεσιών

Απειλή από υποκατάστατα υψηλή, έντονος εξωτερικός ανταγωνισμός ο οποίος επηρεάζει την τουριστική αγορά

- Ύπαρξη κοντινών υποκατάστατων (ξενώνες νεότητας, οργανωμένα κάμπινγκ, ενοικιαζόμενα δωμάτια, βραχυχρόνια μίσθωση μέσω ιστοσελίδων sharing economy airbnb, κρουαζιέρα κτλ.)
- Χαμηλότερη τιμή κοντινών υποκατάστατων
- Υψηλό κόστος στροφής προς υποκατάστατα (περιορισμένο εύρος υπηρεσιών – εμπειρίας)

Ένταση ανταγωνισμού μεταξύ υφιστάμενων επιχειρήσεων υψηλή, έντονος ανταγωνισμός μεταξύ επιχειρήσεων του κλάδου με σκοπό την αύξηση του μεριδίου μια αγοράς με αυξητικό ρυθμό ανάπτυξης

- Μεγάλος αριθμός ανταγωνιστών (κυρίως μικρομεσαίων επιχειρήσεων) ανταγωνιστές με μικρό μερίδιο αγοράς, ύπαρξη στρατηγικών ομάδων (προσανατολισμός σε θεματικό τουρισμό, boutique, κατηγορίες ποιότητας – αστέρια)
- Ανοδικός ρυθμός ανάπτυξης της ξενοδοχειακής αγοράς με θετικές προοπτικές
- Μοναδικότητα προϊόντος αντιληπτή από τον πελάτη - υπηρεσίες ανά κατηγορία και μέγεθος ξενοδοχειακής μονάδας, πακέτα, γεωγραφική τοποθεσία κτλ.)
- Χαμηλό κόστος μετακίνησης - χαμηλή πιστότητα
- Υψηλά εμπόδια εξόδου των υψηλών υπενδεδυμένων κεφαλαίων

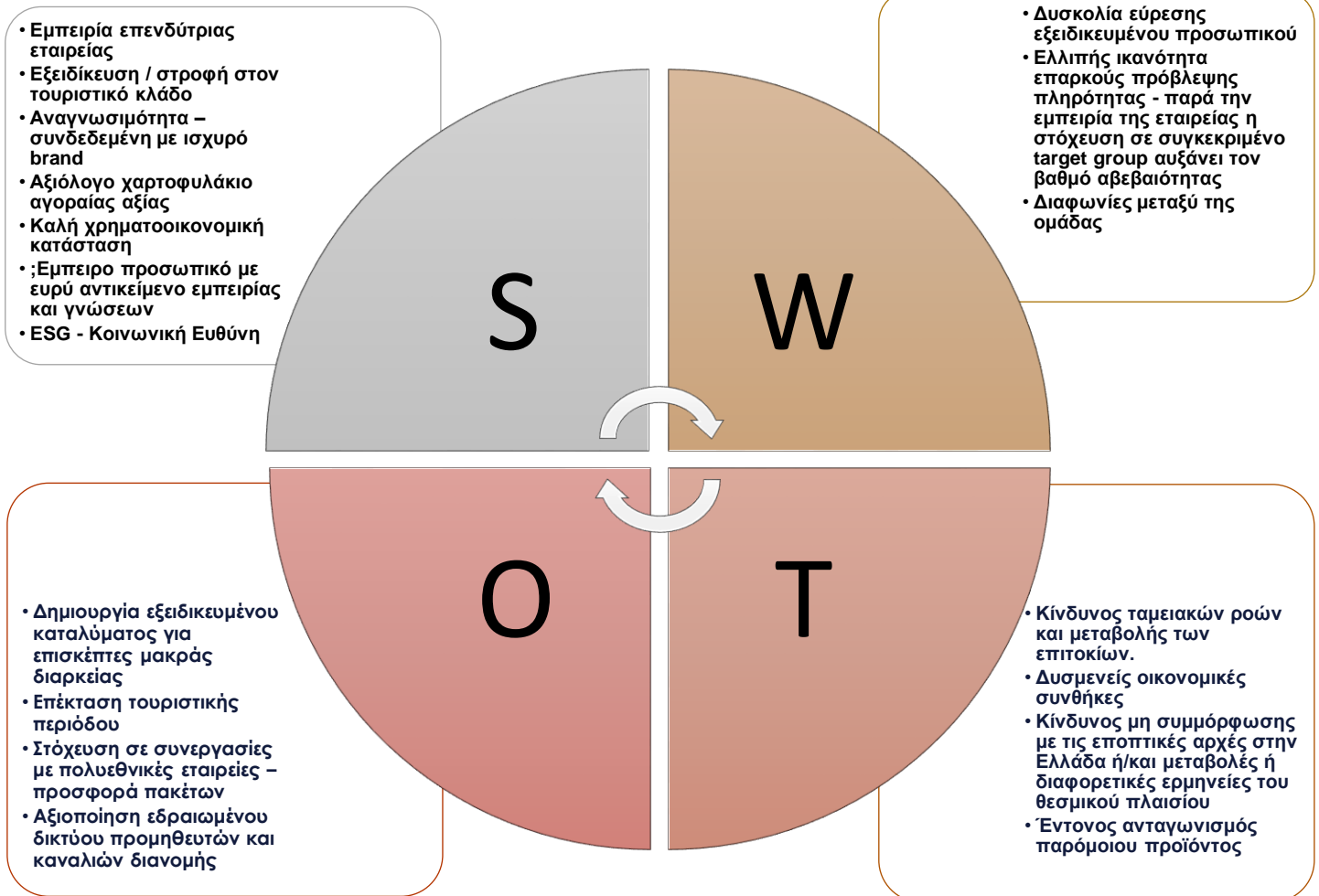
3.8 Ανάλυση Εσωτερικού Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος (SWOT)

Η επενδύτρια εταιρεία **Prodea Investments** εξαγοράστηκε από την Invel Real Estate, η οποία ιδρύθηκε τον Μάρτιο του 2013, τον Δεκέμβριο του 2013 από την Εθνική Τράπεζα Ελλάδας (ΕΤΕ), την οποία ακολούθησε απόκτηση μετοχικού μεριδίου 32,7% της ΕΤΕ τον Ιούνιο του 2019, καταλήγοντας σε συνολική απόκτηση 98,7% της μεγαλύτερης ελληνικής ΑΕΕΑΠ.

Από το 2013 διευρύνει σταθερά κάθε έτος το χαρτοφυλάκιο της, επενδύοντας σε νέα ακίνητα και αυξάνοντας ταυτόχρονα το μερίδιο συμμετοχής στην αγορά του κλάδου των ΑΕΕΑΠ.

Η εταιρεία Prodea Investments επενδύει σε ακίνητα αξιοποιήσιμα, τόσο άμεσα, όπως τα καταστήματα, τα γραφεία και τα βιομηχανικά κτίρια, όσο και μελλοντικά, όπως σε οικόπεδα τα οποία αναπτύσσει με την κατασκευή κτιρίων προς εκμετάλλευση. Ξεκίνησε δε κυρίως από ακίνητα με σταθερή και εγγυημένη απόδοση (καταστήματα) και στη συνέχεια επένδυσε ταχύτατα σε τουριστικά ακίνητα είτε μέσω

της κατασκευής ή της ανακατασκευής κτιρίων σε ξενοδοχεία είτε μέσω της αγοράς έτοιμων ξενοδοχείων.



Τα ετήσια έσοδα από τα μισθώματα προέρχονται κατά 31% από τα ξενοδοχεία, 34% από τα γραφεία, 27% logistics και 3% ακίνητα μεικτής χρήσης.

3.9 Στρατηγική

Στρατηγικός στόχος

Στρατηγικός στόχος της νεοσύστατης επιχείρησης είναι η δημιουργία ενός αειφόρου επιχειρηματικού σχήματος στον κλάδο της φιλοξενίας, που θα προσφέρει υπηρεσίες υψηλού ποιοτικού επιπέδου. Οι εν λόγω υπηρεσίες και παροχές φιλοξενίας θα ανταποκρίνονται στις ανάγκες των τουριστών.

Στρατηγική

Η διαδικασία του Στρατηγικού Σχεδιασμού Μάρκετινγκ αντιπροσωπεύει ένα πολύπλοκο και ουσιαστικό στάδιο για κάθε επιχείρηση. Συμπεριλαμβάνει την επιλογή της στρατηγικής αγοράς- στόχου, την παρουσίαση του επιχειρηματικού οράματος,

την ανάλυση της αποστολής της εταιρείας και την εκτέλεση της ανάλυσης STP (Segmentation, Targeting, Positioning). Η STP ανάλυση αποτελεί μια λεπτομερή αξιολόγηση της αγοράς, συμπεριλαμβανομένου του τρόπου με τον οποίο η επιχείρηση τοποθετεί και παρουσιάζει τα δικά της προϊόντα ή υπηρεσίες. Στη συνέχεια, ο Στρατηγικός Σχεδιασμός Μάρκετινγκ επικεντρώνεται στην ανάλυση των 4P: Προϊόν, Τοποθέτηση, Προώθηση και Τιμή. Τα εργαλεία αυτά είναι πολύτιμα προκειμένου να καθορίσουν την τιμολογιακή πολιτική και τον υπολογισμό των εσόδων.

Η εταιρεία αντιμετωπίζει το δίλημμα της επιλογής μεταξύ διαφόρων επιχειρηματικών στρατηγικών, όπως η ηγεσία κόστους, η διαφοροποίηση και η εστίαση στο κόστος ή στη διαφοροποίηση. Στην προκειμένη περίπτωση, η ξενοδοχειακή μονάδα θα ακολουθήσει **στρατηγική εστίασης με διαφοροποίηση**. Η διαφοροποίηση έγκειται στις υψηλής ποιότητας υπηρεσίες βιώσιμης διαμονής με ευρύχωρα δωμάτια πλήρως εξοπλισμένα (υψηλή ταχύτητα Internet, οθόνη, web cams κτλ.) και δραστηριότητες (δυνατότητα συμμετοχής σε αγροτικές δραστηριότητες, ύπαρξη φάρμας που προμηθεύει το εστιατόριο με πρώτες ύλες). Θα απευθύνεται σε επισκέπτες/εργαζόμενους υψηλού εισοδήματος όλων των ηλικιακών ομάδων που μπορούν να αντέξουν οικονομικά το υψηλότερο κόστος αυτών των υπηρεσιών. Επιπλέον, η εταιρεία επενδύει σε κατάρτιση και ανάπτυξη του προσωπικού της, το οποίο δίνει έμφαση στην ικανοποίηση των πελατών και προβάλλει την ελληνική φιλοξενία, προσφέροντας έτσι ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Κύριο πυλώνα θα αποτελούν ο σεβασμός στο περιβάλλον, οι πράσινες πολιτικές και πρακτικές και οι εξατομικευμένες παροχές για τους ταξιδιώτες – εργαζόμενους. Ως επακόλουθο της επιλογής της στρατηγικής διαφοροποίησης αποτελούν η επένδυση σε ισχυρές ενέργειες marketing και η συνεργασία με πλήθος καναλιών διανομής.

Σκοποί

Σκοπός του επιχειρηματικού αυτού πλάνου είναι το να επιτευχθεί μια μέση πληρότητα της τάξης του 85% εν μέσω high season (01-05 έως 30-09) και σε 40% εν μέσω low season (01-10 έως 30-04) το 1ο έτος και αύξηση κατά 10% και 20% αντίστοιχα έως το 5ο έτος. Ταυτόχρονα, σημαντικός άξονας είναι η σταθεροποίηση των εξόδων μάρκετινγκ προς τα κάτω μετά την πρώτη 5ετία, η περίοδος αποπληρωμής της επένδυσης να ολοκληρωθεί σε λιγότερο από 5 χρόνια και να ενισχυθεί η πληρότητα του ξενοδοχείου κατά τους χειμερινούς μήνες.

3.10 Στρατηγικό Μάρκετινγκ (STP)



Εικόνα 3 Η διαδικασία STP

Ως τμηματοποίηση αγοράς ορίζεται ο διαχωρισμός της αγοράς σε επιμέρους τμήματα καταναλωτών οι οποίοι έχουν διαφορετικά χαρακτηριστικά, ανάγκες και κινούνται – φέρονται διαφορετικά. Σε αυτούς λοιπόν συνήθως απαιτούνται διαφορετικά προϊόντα ώστε να καλυφθούν οι εκάστοτε ανάγκες τους αλλά και διαφορετικά μείγματα marketing.

Η κάθε επιχείρηση καλείται να επιλέξει το τμήμα αυτό της αγοράς που την ενδιαφέρει ώστε έτσι να μπορέσει να ανταποκριθεί πλήρως στις επιθυμίες και ανάγκες των πελατών της. Πρωταρχικός σκοπός είναι η δημιουργία αξίας προς αυτούς. Η τμηματοποίηση της αγοράς βασίζεται σε κοινά χαρακτηριστικά των καταναλωτών όπως:

- **Γεωγραφικά κριτήρια** - διαφορετικές γεωγραφικές ομάδες. Στα γεωγραφικά χαρακτηριστικά συμπεριλαμβάνεται για παράδειγμα το κλίμα, η περιοχή, το μέγεθος της χώρας. Οι σημαντικότερες εθνικότητες είναι αυτές των ΗΠΑ, Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία, Αυστραλία και Ιταλία.
- **Δημογραφικά κριτήρια** - Στα δημογραφικά χαρακτηριστικά περιλαμβάνεται ηλικία, φύλο, οικογενειακή κατάσταση, εθνικότητα, επάγγελμα, τάξη αγοραστικής δύναμης, επίπεδο ζωής και κοινωνική θέση των πελατών.
- **Κριτήρια συμπεριφοράς** - λόγος παραμονής τουριστών, ιδιαίτερα ενδιαφέροντα κατά την παραμονής τους, συχνότητα των ταξιδιών, διάρκεια και εποχή της παραμονής, μέσο μεταφοράς που χρησιμοποίησαν, αν ταξιδεύουν μεμονωμένα ή με άλλα άτομα και τρόπος κράτησης και πληρωμής των υπηρεσιών
- **Ψυχογραφικά κριτήρια** - ανάλυση του ψυχολογικού προφίλ των πελατών. Στα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά περιλαμβάνονται η κοινωνική τάξη, ο τρόπος ζωής και η προσωπικότητα.

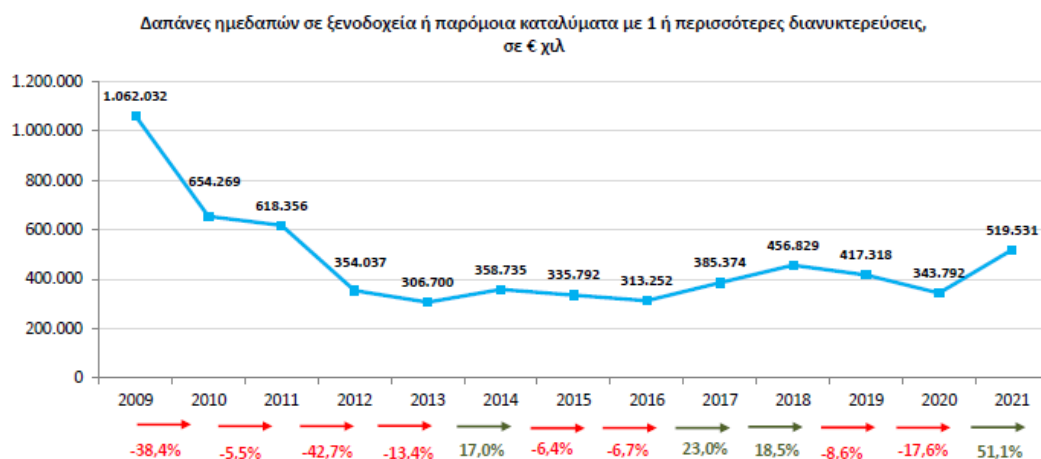
Οι αφίξεις σε ξενοδοχεία της χώρας μας αλλοδαπών που προέρχονται από τη Γερμανία, τη Γαλλία και το Ηνωμένο Βασίλειο, καλύπτουν το 40% του συνολικού

αριθμού το 2021. Σημειώνεται ότι η συντριπτική πλειονότητα των επισκεπτών προέρχεται από την Ευρώπη



Γράφημα 3 Αφίξεις Εξωτερικού ανά Χωρά Προέλευσης

Οι δαπάνες ημεδαπών ηλικίας 15 ετών και άνω σε προσωπικά ταξίδια με μία ή περισσότερες διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχεία ή παρόμοια καταλύματα, εμφανίζονται μειωμένες κατά 51,08% το 2021 έναντι του 2009. Αξίζει να σημειωθεί, η αύξηση των δαπανών το 2021 μετά τη συνεχή πτώση τη διετία 2019-2020

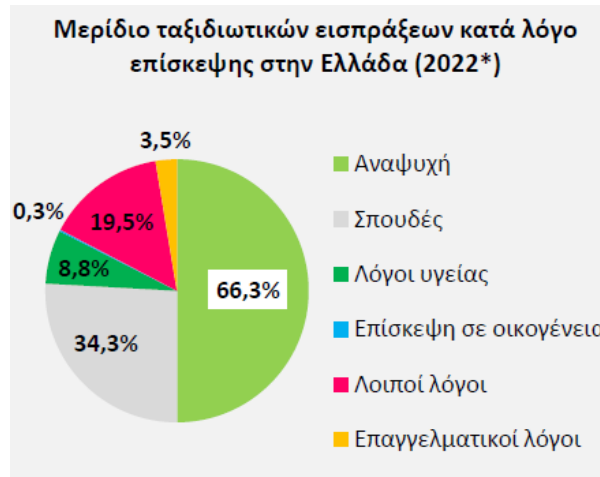


Γράφημα 4 Δαπάνες ημεδαπών σε ξενοδοχεία

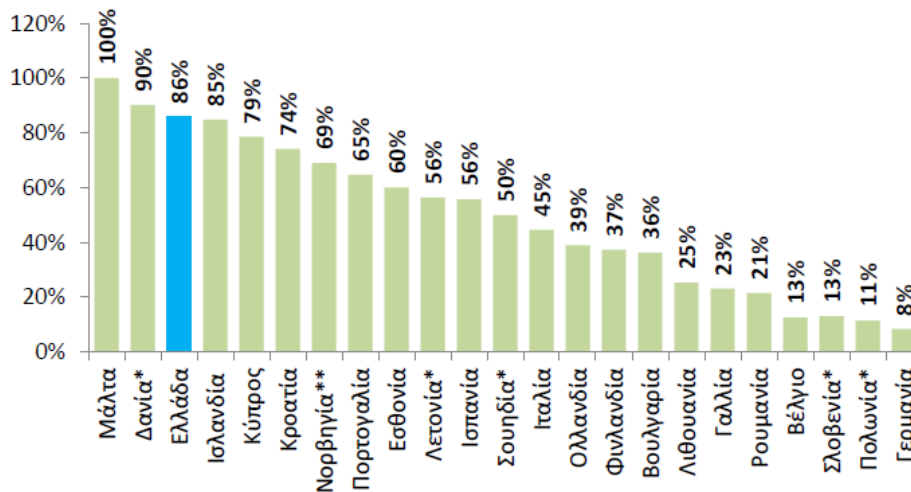
Ο τουρισμός στην Ελλάδα προσανατολίζεται κυρίως στο να προσελκύσει τουρίστες που έχουν ως σκοπό να παραθερίσουν στις παραθαλάσσιες περιοχές αλλά και να επισκεφθούν χώρους αρχαιολογικού ενδιαφέροντος. Σημαντικό εγχείρημα όμως αποτελεί η προσπάθεια ανάπτυξης και του χειμερινού τουρισμού στην Ελλάδα, που μέχρι ώρας οφείλεται κατά κύριο λόγο στον εγχώριο τουρισμό. Μια επιπλέον ευκαιρία είναι και η ανάπτυξη διαφορετικών μορφών τουρισμού όπως ο γαστρονομικός τουρισμός, αθλητικός τουρισμός, τουρισμός υγείας και ευεξίας, θαλάσσιος τουρισμός, συνεδριακός τουρισμός, τουρισμός αναψυχής κ.α.

Ο μέσος αριθμός διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχεία έχει πτωτική τάση τα τελευταία χρόνια, γεγονός που προφανώς οφείλεται στην προτίμηση των βραχυχρόνιων μισθώσεων (5 ημέρες κατά μέσο όρο).

Η μέση δυναμικότητα των ξενοδοχειακών μονάδων ανά χώρα κυμαίνεται από 88 δωμάτια έως 18 δωμάτια. Η Ελλάδα κατατάσσεται στη 12 η θέση το 2020, όσον αφορά στη μέση δυναμικότητα των μονάδων σε δωμάτια στην ΕΕ 27.



Γράφημα 5 Μερίδιο ταξιδιωτικών εισπράξεων ανά λόγο επίσκεψης στην Ελλάδα



Γράφημα 6 Ποσοστά ανά Χώρα

Στόχευση (Targeting)

Η στόχευση έπεται της τμηματοποίησης και είναι η φάση αυτή κατά τη διάρκεια της οποίας αναλύεται το πόσο ελκυστικό είναι κάθε τμήμα της αγοράς και εν συνεχεία επιλέγεται ποιο θα είναι το τμήμα αυτό στο οποίο η επιχείρηση θα δραστηριοποιηθεί. Στο βήμα αυτό εξετάζεται ενδελεχώς τόσο η αγορά και ο ανταγωνισμός όσο και το

εσωτερικό της επιχείρησης, οι δυνάμεις και αδυναμίες της, ώστε να βρεθούν οι κατάλληλες ευκαιρίες σε συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς.

Συγκεκριμένα στην Ναύπλιο, παρατηρείται συνεχόμενα σε όλη την πορεία των χρόνων επισκέπτες να επιλέγουν να το επισκεφθούν κατ' επανάληψη. Είναι σημαντικό επομένως να γίνει η προσπάθεια για να χτιστεί μια σχέση εμπιστοσύνης- loyalty. Επίσης συχνά παρατηρούνται επισκέπτες που ήρθαν μετα από συστάσεις από φίλους, γνωστούς, συγγενείς ή άτομα που προτίμησαν συγκεκριμένες ξενοδοχειακές μονάδες λόγω των αξιολογήσεων και των θετικών κριτικών στις πλατφόρμες τύπου Booking. Το κοινό στο οποίο στοχεύει η επιχείρηση είναι ηλικίας 30-60 ετών τόσο από Ελλάδα όσο και από χώρες όπως η Γαλλία, η Αγγλία, η Ελβετία, η Ιταλία, ΗΠΑ και Καναδάς. Είναι ζευγάρια, φίλοι, εργαζόμενοι από απόσταση, επιχειρηματίες και στόχος τους είναι να διαμείνουν σε ένα boutique Hotel, πιο cozy, «οικογενειακό» και με την αίσθηση της πολυτέλειας καθώς θα υπάρχει προσοχή στην λεπτομέρεια. Εν κατακλείδι, αναζητούν ιδιωτικότητα, ηρεμία, θέα στη θάλασσα και επαφή με την φύση.

Η μέση διάρκεια διαμονής για αυτήν την κατηγορία ταξιδιωτών είναι τετραπλάσια από τους κλασικούς τουρίστες, για συγκεκριμένη περίοδο σε συγκεκριμένη περιοχή, δηλαδή, είναι έτοιμοι να μείνουν περισσότερο καιρό (μέση διάρκεια 28 ημέρες)

Σχετικά με την επιλογή του προορισμού, επιλέγουν προορισμούς δημοφιλείς μεν αλλά αποκεντρωμένους, χωρίς κριτήρια εποχικότητας, ενισχύοντας τους μήνες που οι πληρότητες των καταλυμάτων κινούνται σε χαμηλά επίπεδα

Αντίστοιχα, οι remote workers έχουν σταθερή εργασία, συχνά είναι υψηλόβαθμα στελέχη, αφορά όλες τις ηλικιακές ομάδες, έχουν σταθερή έδρα για μεγάλα χρονικά διαστήματα, μετακομίζουν με την οικογένεια τους ή κοντά στην οικογένεια τους. Επίσης, ταξιδεύουν σε μικρότερο βαθμό και συχνότητα και μοιράζουν τον χρόνο τους για δουλειά και διακοπές.

Τοποθέτηση (Positioning)

Ο επιθυμητός τρόπος με τον οποίο θα αποτυπώνεται η επιχείρηση στο μυαλό του καταναλωτή σε σχέση με τους ανταγωνιστές της:

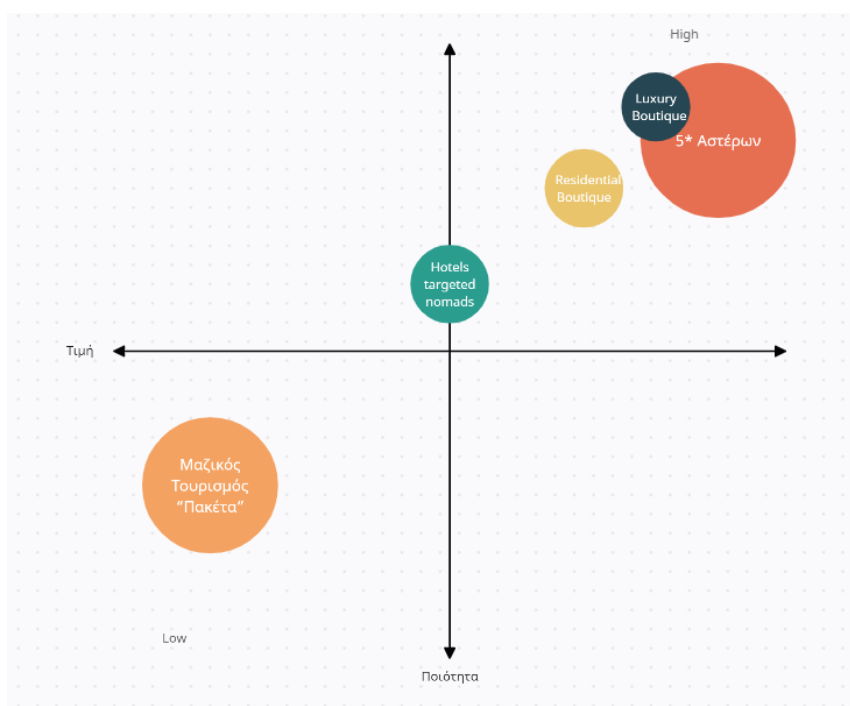
- Υψηλής ποιότητας υπηρεσίες και προσωποποιημένες παροχές για διαμονή και εργασία σε επισκέπτες/εργαζομένους υψηλού εισοδήματος (υψηλόβαθμα στελέχη, επιχειρηματίες) όλων των ηλικιακών ομάδων (singles και ζευγάρια)
- Έμφαση στην οικολογία και στη σύνδεσή της με την γαστρονομία (farm a la table προσέγγιση του εστιατορίου)
- Φιλικός προς το περιβάλλον χώρος - ελαχιστοποίηση περιβαλλοντικού αποτυπώματος - πράσινες πολιτικές και πρακτικές
- Παροχή δραστηριοτήτων (συμμετοχής σε αγροτικές δραστηριότητες, ύπαρξη φάρμας που προμηθεύει το εστιατόριο με πρώτες ύλες).

Αφετηρία ολόκληρης της επιχειρηματικής αυτής ιδέας ήταν ότι το **Lamway Hotel** θα πρέπει να αποτελεί έναν πραγματικό προορισμό. Ο προορισμός αυτός θα στοχεύει σε άτομα που έχουν την ανάγκη να εξερευνήσουν, να δοκιμάσουν, να καλύψουν τις ανάγκες τους αλλά συνάμα για κάποιους να εργαστούν όπως θα εργάζονταν αν

βρίσκονταν στο σπίτι τους. Ένας μοναδικός φυσικός χώρος όπου το Lamway Hotel και οι εγκαταστάσεις του προσφέρουν ανεπανάληπτες εμπειρίες, γεύσεις και αρώματα ώστε οι επισκέπτες να τις βιώσουν με κάθε αίσθηση.

Main Insights

- Πρέπει να παρέχονται λύσεις σχετικές με την αγορά όσον αφορά τις νέες ανάγκες φιλοξενίας
- Τάσεις στο κινητό/online - πάνω από το 50% των πελατών χρησιμοποιούν το διαδίκτυο/το κινητό πριν κάνουν κράτηση για τη διαμονή τους
- Η Ελλάδα γίνεται περισσότερο αντιληπτή ως πάροχος γενικών διακοπών παρά ως ειδικός στη φιλοξενία
- Νέες μεγάλες τάσεις: Υγεία & ευεξία, ανάγκη για εξατομικευμένη προσφορά όσον αφορά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες.
- Ο πελάτης περιμένει περισσότερα από το ξενοδοχείο - όχι μόνο ως υπνοδωμάτιο-μπάνιο, αλλά ως μέρος για να ζήσει και να βιώσει κάτι καινούργιο.



Γράφημα 7 Positioning

Τακτικό Μάρκετινγκ (4Ps)

Το μείγμα μάρκετινγκ (marketing mix), είναι ένα πολύτιμο εργαλείο το οποίο χρησιμοποιείται ώστε να απογειώσει την αποτελεσματικότητα της στρατηγικής μάρκετινγκ της εκάστοτε επιχείρησης. Είναι υψίστης σημασίας να δημιουργηθούν όλες εκείνες οι απαραίτητες προϋποθέσεις και συνθήκες ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι του επιχειρηματικού σχεδίου καθώς αναφέρεται στις ελεγχόμενες μεταβλητές. Οι μεταβλητές αυτές του μείγματος μάρκετινγκ είναι 4 και έχουν γίνει ευρέως γνωστές σε παγκόσμιο επίπεδο ως 4P. Στόχος είναι να επισημανθεί η εστίαση του μάρκετινγκ στο προϊόν (Product), την τιμή (Price), την προώθηση (Promotion) και τέλος την διανομή (Place).

Προϊόν

Το προϊόν είναι σημαντικό να τοποθετηθεί στην αγορά με εξέχουσα προσοχή στην διαφοροποίηση. Με δεδομένη την αυξανόμενη σημασία στην διαφοροποίηση και την αυξανόμενη επίκαιρη ανησυχία για την περιβαλλοντική αειφορία, εμφανίζεται ιδιαίτερα σημαντική η επιλογή ενός οικολογικού boutique ξενοδοχείου, το οποίο συμμορφώνεται προς τις αυστηρές προδιαγραφές της "πράσινης" πιστοποίησης. Το ξενοδοχείο αποσκοπεί αποκλειστικά στην φιλοξενία ενηλίκων επισκεπτών. Αναλύοντας όλα τα στοιχεία καθώς και τις οικονομικές δυνατότητες των επισκεπτών, η δημιουργία μιας τουριστικής επιχείρησης υψηλής κατηγορίας με πολυτελή καταλύματα φαίνεται να είναι η βέλτιστη επιλογή. Η επένδυση υπάγεται στην κατηγορία Residential Boutique, για μακροχρόνια διαμονή του ταξιδιώτη επιχειρηματία δυναμικότητας 60 δωματίων.

Υπηρεσίες διαμονής

- 60 Δίκλινα δωμάτια (διαστάσεων 25 τετραγωνικών εκατοστών)

Παροχές Δωματίων

- Τεχνολογικός εξοπλισμός και γραφείο (Wi-Fi, οθόνη, κάμερα, Τηλεόραση LCD)
- Κρεβάτι, Πλήρη συστήματα ύπνου COCO-MAT, Κλιματισμός, Mini ψυγείο, Τηλέφωνο, Καλλυντικά προϊόντα μπάνιου Korres, Στεγνωτήρα μαλλιών, καφετιέρα κτλ.)
- Επιπλέον, στις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου θα λειτουργεί και εστιατόριο μέρος των πρώτων υλών του θα αποτελούν βιολογικά φρούτα και λαχανικά από κοντινές φάρμες
- Οργάνωση αγροτικών δραστηριοτήτων και εκδρομών

Κάτοψη



Εικόνα 4 Κάτοψη

Τιμή

- Για την πολιτική τιμολόγησης χρησιμοποιήθηκαν οι τιμές των ανταγωνιστών σε χώρες του εξωτερικού (150 € – 300 €) αντίστοιχης ποιότητας.
- Το average daily rate (ADR) θα ανέρχεται σε €150/διανυκτέρευση εν μέσω high season (01/05 έως 30/09) και σε €120/διανυκτέρευση εν μέσω low season (01/10 έως 30/04), δεδομένου ότι θα απευθύνεται σε υψηλόβαθμα στελέχη / ταξιδιώτες υψηλού εισοδήματος.
- Η πολιτική αυτή θα ακολουθηθεί με σκοπό να αποτιμηθεί από αντίστοιχα καταλύματα άλλων χωρών του εξωτερικού.

Πρωώθηση

Στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον, το οποίο χαρακτηρίζεται από τη γρήγορη εξέλιξη, η εφαρμογή προηγμένων εργαλείων αποτελεί αναγκαίο στοιχείο για την επιτυχία κάθε επιχείρησης. Σε αυτό το πλαίσιο, η δημιουργία ενός χρηστικού ιστότοπου που προσφέρει μια περιεκτική παρουσίαση του καταλύματος και των διαθέσιμων υπηρεσιών είναι ζωτικής σημασίας. Είναι εξίσου σημαντικό να διασφαλιστεί ότι ο ιστότοπος είναι προσβάσιμος από κινητά τηλέφωνα, tablet και υπολογιστές, προσφέροντας έτσι μια ευχάριστη εμπειρία χρήσης.

Η ενσωμάτωση μιας μηχανής κρατήσεων (booking engine) και ενός συστήματος κρατήσεων στον ιστότοπο επιτρέπει στους επισκέπτες να διενεργούν άμεσες κρατήσεις και πολλές φορές να τυγχάνουν ειδικών τιμών και προσφορών.

Επιπλέον, ο ενεργός ρόλος της επιχείρησης στα social media είναι κρίσιμος για την αποτελεσματική προώθηση του ξενοδοχείου. Διενεργώντας συγκεκριμένες προωθητικές ενέργειες, δύναται η πιθανότητα διεύρυνσης του υπάρχοντος πελατολογίου και η περαιτέρω γνωστοποίηση του brand. Η συνεργασία με ανθρώπους που διαθέτουν επιρροή, γνωστούς ως "influencers," για περιορισμένο χρονικό διάστημα μπορεί να αποτελέσει αποτελεσματικό μέσο προώθησης του ξενοδοχείου.

Τέλος, η εγγραφή του καταλύματος σε διαδικτυακές ταξιδιωτικές πλατφόρμες όπως η Booking και η Expedia, οι οποίες παρέχουν ευκολίες κρατήσεων και επιτρέπουν σχόλια από προηγούμενους ταξιδιώτες, μπορεί να συμβάλει σημαντικά στη διατήρηση υψηλής ορατότητας και αξιολόγησης.

Η υψηλή ποιότητα της φωτογράφισης του ξενοδοχείου και η προσθήκη βίντεο στον ιστότοπο διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στο δημιουργικό μιας θετικής πρώτης εντυπώσεως στους επισκέπτες, καθώς αυξάνουν τις πιθανότητες κρατήσεων. Τα βίντεο δεν περιορίζονται απλώς στην παρουσίαση των εγκαταστάσεων, αλλά επικεντρώνονται επίσης στις δραστηριότητες της περιοχής, αναδεικνύοντας την ελκυστικότητα του προορισμού και παρουσιάζοντας την εμπειρία που προσφέρει στον καταναλωτή.

Συνοψίζοντας, βασικές προωθητικές ενέργειες:

- Online Διαφήμιση – digital marketing (Google Ads, Social Media Ads)
- Διαφήμιση μέσω τουριστικών οδηγών (Trip Advisor)
- Δημόσιες Σχέσεις
- Μάρκετινγκ μέσω influencers και διάσημων προσώπων
- Συνεργασίες με ταξιδιωτικά sites / ιστοσελίδες
- Συμμετοχή σε τοπικές δράσεις για την προώθηση του εστιατορίου
- Συμμετοχή σε δράσεις κοινωνικής ευθύνης
- Συνεργασίες με εταιρείες

Διανομή

Η διανομή ουσιαστικά αποτελεί το σύνολο των σημείων πώλησης, όπου οι πιθανοί πελάτες έχουν την δυνατότητα να αποκτήσουν πρόσβαση σε ένα τουριστικό προϊόν. Στον τουριστικό κλάδο, η διανομή αναφέρεται σε όλα τα δίκτυα ή τα κανάλια που συνδέουν την επιχείρηση ενός ξενοδοχείου με τους πιθανούς πελάτες του. Ο όρος "δίκτυο διανομής" αναφέρεται σε όλα τα άτομα ή τις επιχειρήσεις που διαμεσολαβούν στην διαδικασία από την παραγωγή ενός τουριστικού προϊόντος μέχρι την αγορά και την χρήση του. Συνήθως προτιμάται ένας συνδυασμός δικτύων διανομής καθώς φαίνεται να είναι πιο αποδοτικός, συγκεκριμένα:

- Ιστοσελίδα με όλες τις λειτουργίες της μονάδας, τη φιλοσοφία της, εικονική περιήγηση (360° Tour), online επικοινωνία και κρατήσεις και αλλαγές κρατήσεων - Βελτιστοποίηση περιεχομένου ως προς τις μηχανές αναζήτησης (Search Engine Optimization / SEO)
- Σύνδεση της κύριας ιστοσελίδας με όλες τις μεγάλες ταξιδιωτικές ιστοσελίδες/ ιστοσελίδες απευθυνόμενες και σε remote workers και δικτυακούς τουριστικούς πράκτορες (Booking.com, Expedia, Hotel Beds, κ.ά.)
- Συνεργασία με tour operators του εξωτερικού και ταξιδιωτικούς πράκτορες
- Δημιουργία λογαριασμών σε όλα τα Social Networking sites
- Σύναψη συμφωνιών με πολυεθνικές εταιρείες – προσφορά πακέτων remote εργασίας σε στελέχη
- Συνεργασία με παραδοσιακά και online media για προώθηση εστιατορίου

3.11 Συνολικά Έσοδα Προγράμματος

	ΟΕ1Ε		ΟΕ2Ε		ΟΕ3Ε		ΟΕ4Ε		ΟΕ5Ε	
Ημερομηνία έναρξης περιόδου	1-Μαΐ	1-Οκτ	1-Μαΐ	1-Οκτ	1-Μαΐ	1-Οκτ	1-Μαΐ	1-Οκτ	1-Μαΐ	1-Οκτ
Ημερομηνία λήξης περιόδου	30-Σεπ	30-Απρ	30-Σεπ	30-Απρ	30-Σεπ	30-Απρ	30-Σεπ	30-Απρ	30-Σεπ	30-Απρ
Ημέρες κατά την περίοδο	152	212	152	211	152	211	152	211	152	212
Αριθμός δωματίων	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Ποσοστό πληρότητας	85%	40%	90%	50%	90%	55%	90%	60%	95%	60%
Δωμάτια που ενοικιάζονται ανά ημέρα	51	24	54	30	54	33	54	36	57	36
ADR (average daily rate)	150	120	150	120	150	120	150	120	150	120
Ημερήσια έσοδα	7650	2880	8100	3600	8100	3960	8100	4320	8550	4320

Ημέρες λειτουργίας	152	212	152	211	152	211	152	211	152	212
Έσοδα διανυκτέρευσης	1.162.800	610.560	1.231.200	759.600	1.231.200	835.560	1.231.200	911.520	1.299.600	915.840

Πίνακας 4 Συνολικά Έσοδα από Διανυκτερεύσεις

Νόμισμα: €	ΟΕ1Ε	ΟΕ2Ε	ΟΕ3Ε	ΟΕ4Ε	ΟΕ5Ε
Διανυκτερεύσεις	1.773.360	1.990.800	2.066.760	2.142.720	2.215.440
Εστιατόριο	319.205	358.344	372.017	385.690	398.779
Μπαρ	141.869	159.264	165.341	171.418	177.235
Σπα	283.738	318.528	330.682	342.835	354.470
Εκδηλώσεις	88.668	99.540	103.338	107.136	110.772
Σύνολο εσόδων	2.606.839	2.926.476	3.038.137	3.149.798	3.256.697

Πίνακας 5 Συνολικά Έσοδα Προγράμματος

3.12 Κόστος Μάρκετινγκ

Το κόστος των ενεργειών μάρκετινγκ έχει υπολογιστεί βάσει των εσόδων από διανυκτερεύσεις και θα ανέρχεται σε ποσοστό της τάξεως του 4,5 % επί αυτών.

- Διαφημιστικές καμπάνιες
- SEO
- Πρακτορεία

Νόμισμα: €	ΟΕ1Ε	ΟΕ2Ε	ΟΕ3Ε	ΟΕ4Ε	ΟΕ5Ε
Έσοδα από διανυκτερεύσεις	1.773.360	1.990.800	2.066.760	2.142.720	2.215.440
Έξοδα μάρκετινγκ ως % των εσόδων διανυκτέρευσης	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%
Έξοδα μάρκετινγκ	79.801	89.586	93.004	96.422	99.695

Πίνακας 6 Έξοδα Μάρκετινγκ

Κεφάλαιο 4 Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια

4.1. Γενικά

Στην πραγματικότητα, η ομαλή λειτουργία μιας ξενοδοχειακής μονάδας σαν αυτή απαιτεί όχι μόνο υψηλού επιπέδου υπηρεσίες και καταρτισμένο προσωπικό, αλλά και την εξαιρετική διαχείριση των καθημερινών αναλώσιμων αγαθών που χρησιμοποιούν οι πελάτες κατά τη διάρκεια της διαμονής τους.

Οι πρώτες ύλες αποτελούν έναν από τους βασικούς παράγοντες που επηρεάζουν τόσο την ποιότητα όσο και την επάρκεια των υλικών που χρησιμοποιούνται σε μια επιχείρηση. Επιπλέον, η επιλογή των συνεργατών και των προμηθευτών αυτών των πρώτων υλών είναι εξίσου υψίστης σημασίας. Η επιλογή πρέπει να βασίζεται σε κριτήρια όπως η σταθερή ποιότητα, η άμεση εξυπηρέτηση και η ικανότητα του προμηθευτή να ανταποκριθεί άμεσα σε περίπτωση που παρουσιαστεί ανάγκη. Το σύνολο όλων αυτών αντικατοπτρίζει τόσο τη σοβαρότητα όσο και το βαθμό προσήλωσης της επιχείρησης αναφορικά με τη διαμονή των πελατών της.

Στα αναλώσιμα αγαθά περιλαμβάνονται λευκά είδη, όπως μαξιλαροθήκες, κλινოსκεπάσματα, σεντόνια, πετσέτες και μπουρνούζια, και αποτελούν έναν ουσιαστικό παράγοντα στον τρόπο που οι πελάτες βλέπουν τη διαμονή τους. Σε αυτό το πλαίσιο, επιλέγουμε να προμηθευτούμε τα λευκά είδη αυτά μέσω ενός διαφορετικού μοντέλου, όπου ένας εξειδικευμένος προμηθευτής αναλαμβάνει τον καθημερινό καθαρισμό, στέγνωμα και σιδέρωμα τους, σε συνεργασία με τον υπεύθυνο των προμηθειών του ξενοδοχείου, για να εξασφαλιστεί όχι μόνο η ποιότητα αλλά και η επάρκεια των κλινών

Η διαδικασία θα εξελιχθεί ως εξής: Ο επιλεγμένος προμηθευτής θα παραλαμβάνει μια ποσότητα ακάθαρτων υλικών και θα παραδίδει αντίστοιχη ποσότητα καθαρών. Είναι, ωστόσο, σημαντικό να αναφέρουμε πως προβλέπεται και η προμήθεια μιας επιπλέον ποσότητας από κάθε είδος, προκειμένου να καλυφθούν ανάγκες που ενδέχεται να προκύψουν κατά τη διάρκεια της ημέρας, εξαιρούμενης της προγραμματισμένης αλλαγής. Η ποσότητα αυτή θα καθορίζεται ανάλογα με τη δυναμικότητα των κλινών του ξενοδοχείου.

Όπως έχει ήδη προγραμματιστεί, το ξενοδοχείο θα διαθέτει μια κουζίνα με χώρο μόνο για το πρωινό γεύμα και ένα pool bar στην περιοχή της πισίνας. Στο pool bar θα παρέχονται καφές, φρέσκοι χυμοί, αναψυκτικά και ποικίλα κοκτέιλ και αλκοολούχα ποτά. Επιπλέον, η κουζίνα θα είναι υπεύθυνη για τη διατροφή του προσωπικού του ξενοδοχείου.

Ένας καίριος παράγοντας για να επιτύχουμε το υψηλό επίπεδο ποιότητας που επιδιώκουμε είναι η επιλογή των κατάλληλων προμηθευτών. Στόχος μας είναι να επιλέξουμε προμηθευτές που είναι αξιόπιστοι, προσφέρουν υψηλής ποιότητας υλικά και είναι διαθέσιμοι για άμεση εξυπηρέτηση. Επειδή το Ναύπλιο είναι ένας δημοφιλής τουριστικός προορισμός, υπάρχει μια ευρεία γκάμα προμηθευτών που εξειδικεύονται στην παροχή υπηρεσιών σε εστιατόρια και ξενοδοχεία. Αυτοί οι προμηθευτές διακρίνονται για τη διαθεσιμότητα υλικών υψηλής ποιότητας, τα οποία είναι κατάλληλα για τις υπηρεσίες που επιδιώκουμε να προσφέρουμε.

Στη συνέχεια, θα εξετάσουμε τις πρώτες ύλες και τα αναγκαία αντικείμενα, θα καθορίσουμε τα κριτήρια για την επιλογή τους και θα αναλύσουμε το σχετικό κόστος. Σκοπός μας είναι να επιτύχουμε υψηλή ποιότητα με την ελάχιστη δυνατή δαπάνη.

4.2. Κατηγορίες Πρώτων Υλών & λοιπών Προμηθειών

Φαρμακείο

Στο κατάλυμα, απαιτείται η διαθεσιμότητα ενός καλά εξοπλισμένου χώρου με φάρμακα και υλικά πρώτης ανάγκης. Αυτό δίνει τη δυνατότητα για την παροχή άμεσης ιατρικής φροντίδας και την αντιμετώπιση μικροτραυμάτων τόσο στους πελάτες όσο και στο προσωπικό.

Αναλώσιμα Γραφείου

Αφορούν όλα τα υλικά που χρησιμοποιούνται καθημερινά από το διοικητικό προσωπικό του ξενοδοχείου. Αυτά περιλαμβάνουν στυλό, χαρτί εκτύπωσης, μελάνι και άλλα. Είναι σημαντικό να διατηρείται επαρκές απόθεμα στην αποθήκη, με τακτική εφοδιασμού εκεί όπου χρειάζεται, για την άμεση υποστήριξη του προσωπικού και την ικανοποίηση των αναγκών των πελατών.

Απορρυπαντικά - Απολυμαντικά - Αντισηπτικά

Η διατήρηση καθαρότητας είναι ζωτικής σημασίας για την επικοινωνία μιας θετικής εικόνας του ξενοδοχείου. Προβλέπεται η τακτική καθαριότητα των κοινόχρηστων χώρων, με τη χρήση απολυμαντικών και υλικών απολύμανσης που είναι υποαλλεργικά. Επιπλέον, αντισηπτικά θα είναι διαθέσιμα σε όλα τα δωμάτια, καθώς και στο χώρο υποδοχής, στην είσοδο του εστιατορίου και στους άλλους χώρους.

Διατροφή & Εφοδιασμός

Η κουζίνα θα αναλαμβάνει την προετοιμασία και τη διανομή του πρωινού γεύματος και των γευμάτων του προσωπικού. Επίσης, το pool bar θα προσφέρει εξυπηρέτηση στους πελάτες που επιλέγουν να απολαύσουν τον χώρο της πισίνας, παρέχοντας καφέ, φρέσκους χυμούς, κοκτέιλ, αλκοόλ, και διάφορα είδη σνακ. Για την απρόσκοπτη λειτουργία τους, απαιτείται η αυστηρή παρακολούθηση και ο κατάλληλος εφοδιασμός τους με τα αναγκαία υλικά.

Ενδυμασία Προσωπικού

Σε ένα καλοδιατηρημένο ξενοδοχείο, η ενδυμασία του προσωπικού αποτελεί την πρώτη εντύπωση που δίνεται στον επισκέπτη. Αυτός έρχεται σε άμεση επαφή με την υποδοχή κατά τη διαδικασία check-in/check-out και, επομένως, η ενδυμασία αποκτά σημαντικό ρόλο. Η ενδυμασία θα παρέχεται από το ξενοδοχείο και θα διαφοροποιείται ανάλογα με τη θέση του προσωπικού, επιτρέποντας την άμεση αναγνώριση της θέσης τους.

Ενέργεια & Υδροδότηση

Οι ανάγκες για ηλεκτρική ενέργεια και νερό στο ξενοδοχείο είναι σημαντικές και καλά καθορισμένες. Το ξενοδοχείο θα εξαρτάται αποκλειστικά από την ηλεκτρική ενέργεια,

η οποία θα χρησιμοποιείται για τη θέρμανση και τη ψύξη.

Σε περίπτωση διακοπής της ηλεκτροδότησης, θα διατεθεί μια ηλεκτρογεννήτρια, που θα επιτρέπει την παροχή ενέργειας σε συγκεκριμένους, απαραίτητους χώρους, όπως οι χώροι αποθήκευσης τροφίμων. Ο ύδρευση του ξενοδοχείου και των χώρων που απαιτούν μεγάλες ποσότητες νερού θα γίνεται μέσω του δημοτικού δικτύου, ενώ θα γίνει η εγκατάσταση κατάλληλων φίλτρων για τον καθαρισμό του δικτύου.

Αναλώσιμα Υλικά

Τα υλικά συντήρησης των δωματίων θα φυλάσσονται προσεκτικά στις αποθήκες του ξενοδοχείου, αφού δεν επηρεάζονται από θερμοκρασίες και δεν παρουσιάζουν ημερομηνία λήξης. Θα διενεργηθεί μια μαζική προμήθεια εφεδρικού εξοπλισμού, προσαρμοσμένη στις ανάγκες του ξενοδοχείου, με σκοπό την επίτευξη της βέλτιστης δυνατής τιμής.

4.3. Απαιτούμενες Ποσότητες Υλών

Η εταιρία, πάνω από όλα, επιδιώκει υψηλή ποιότητα στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχει. Επομένως, η επιλογή των προμηθευτών είναι μια εξαιρετικά σημαντική διαδικασία, καθώς αυτή επηρεάζει όχι μόνο την ποιότητα αλλά και το κόστος των προϊόντων και των υπηρεσιών της εταιρίας.

Οι προμηθευτές θα επιλέγονται από τον υπεύθυνο προμηθειών, σε συνεργασία με τους υπεύθυνους των αντίστοιχων τμημάτων της επιχείρησης. Κατά την επιλογή θα λαμβάνονται υπόψη τα εξής κριτήρια:

- ✚ Ποιότητα προϊόντος και τιμή: Προτιμώνται ντόπιοι προμηθευτές, όχι μόνο για τη μείωση του κόστους αλλά και για τη διασφάλιση υψηλής ποιότητας και την ελαχιστοποίηση του κόστους μεταφοράς.
- ✚ Συνεργασία: Η ικανότητα συνεργασίας των προμηθευτών με την εταιρία είναι κρίσιμη. Οι προμηθευτές πρέπει να είναι πρόθυμοι να συμμορφώνονται με τα πρότυπα ποιότητας και να εργάζονται σε στενή επικοινωνία με την επιχείρηση.
- ✚ Δυνατότητα ανταπόκρισης: Οι προμηθευτές πρέπει να είναι σε θέση να ανταποκρίνονται στις ανάγκες της επιχείρησης με ευελιξία και ταχύτητα.
- ✚ Αξιοπιστία: Η ικανότητα των προμηθευτών να παραδίδουν πάντοτε τα προϊόντα τους εγκαίρως και σύμφωνα με τις προδιαγραφές είναι απαραίτητη.

Οι προμηθευτές που θα επιλεγούν πρέπει να προσφέρουν την ακριβή ισορροπία μεταξύ υψηλής ποιότητας και ανταγωνιστικών τιμών.

Η διαθεσιμότητα και η επάρκεια προϊόντων αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της λειτουργίας της επιχείρησης και αποτελούν επίσης κρίσιμο παράγοντα για την ασφάλεια της παροχής υπηρεσιών. Επισήμως ο υπεύθυνος προμηθειών έχει το καθήκον να εντοπίσει τους προμηθευτές που θα εξυπηρετήσουν με αρτιότητα τα συμφέροντα της επιχείρησης και θα δημιουργήσει μια λίστα που θα περιλαμβάνει βασικούς προμηθευτές καθώς και εφεδρικούς, ώστε να καλυφθούν επαρκώς οι

ανάγκες της.

Κατά την επιλογή των προμηθευτών, υιοθετείται μια σειρά αυστηρών κριτηρίων, συμπεριλαμβανομένων των εξής:

- ✓ Αξιοπιστία των προϊόντων: Οι προμηθευτές πρέπει να παρέχουν αξιόπιστα προϊόντα που να ανταποκρίνονται στα υψηλά πρότυπα ποιότητας της επιχείρησης.
- ✓ Φρεσκάδα των προϊόντων (σε περίπτωση τροφίμων): Ειδικά όταν πρόκειται για τρόφιμα, η φρεσκάδα αποτελεί ζωτικό παράγοντα για την ικανοποίηση των απαιτήσεων των πελατών.
- ✓ Έγκαιρη παράδοση: Η συνέπεια στην εφοδίαση είναι αναγκαία για τη συνεχή λειτουργία της επιχείρησης.
- ✓ Σταθερές τιμές: Η απροσδόκητη αύξηση των τιμών μπορεί να επηρεάσει αρνητικά τη λειτουργία της επιχείρησης, επομένως σταθερές τιμές είναι θεμελιώδεις.
- ✓ Πληροφόρηση σχετικά με αυξήσεις των τιμών: Εάν υπάρξουν ανατιμήσεις, οι προμηθευτές πρέπει να ενημερώνουν την επιχείρηση έγκαιρα.
- ✓ Δυνατότητα αντικατάστασης προβληματικών προϊόντων: Η άμεση αντικατάσταση προϊόντων που παρουσιάζουν προβλήματα αποτελεί αναγκαίο μέτρο για την διασφάλιση της βέλτιστης παροχής υπηρεσιών.

4.4. Προμηθευτές

Η αξιολόγηση των προμηθευτών αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της επιτυχημένης διαχείρισης μιας επιχείρησης. Είναι ένα σημαντικό κομμάτι της διαδικασίας, καθώς οι προμηθευτές αποτελούν εξαιρετικά σημαντικούς συνεργάτες που επηρεάζουν την ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχει η επιχείρηση.

Η αναζήτηση και αξιολόγηση προμηθευτών απαιτεί προσοχή και σοφία. Είναι σαν να δημιουργείτε έναν χάρτη προς την επιτυχία. Ο υπεύθυνος προμηθειών πρέπει να επιλέγει τους προμηθευτές που θα εξυπηρετούν τα συμφέροντα της επιχείρησης. Αυτή η επιλογή δεν βασίζεται μόνο στην ποιότητα των προϊόντων και τις τιμές. Αλλά σε πολλούς άλλους παράγοντες, όπως προαναφέρθηκε.

Για να επιτύχει αυτούς τους στόχους, ο υπεύθυνος προμηθειών πρέπει να είναι εφοδιασμένος με ενδεδειγμένες πληροφορίες για τους προμηθευτές, να διατηρεί σχέσεις και να επικοινωνεί μαζί τους συνεχώς. Επίσης, πρέπει να εξετάζει τα κόστη για κάθε κατηγορία προϊόντων και υλικών, προσαρμόζοντας τις ποσότητες ανάλογα με τις ανάγκες της επιχείρησης.

Κατανοώντας πόσο σημαντικοί είναι οι προμηθευτές, η επιχείρηση παίρνει τα βήματα που χρειάζονται για να διασφαλίσει ότι θα συνεργάζεται με τους καλύτερους στον κλάδο.

Κατά τη διάρκεια αναζήτησης των κατάλληλων προμηθευτών, η τοπική αγορά, οι διάφορες εκθέσεις, οι συστάσεις γνωστών ή και συναδέλφων αλλά και διάφορες άλλες πηγές μπορούν να μας οδηγήσουν σε αυτούς.

Με αυτούς τους προμηθευτές στο πλευρό της, η επιχείρηση δημιουργεί τις προϋποθέσεις για επιτυχία και υψηλή ποιότητα στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει.

4.5. Κόστος Πρώτων Υλών Άλλων Εφοδίων

Στον πίνακα που ακολουθεί εμφανίζονται τα απαραίτητα έξοδα που αφορούν τις πρώτες ύλες αλλά και λοιπά εφόδια για τα πέντε έτη λειτουργίας που πραγματοποιείται η μελέτη σκοπιμότητας. Στα έξοδα αυτά έχει εφαρμοστεί και ένας συντελεστής της τάξεως του 3% ο οποίος αντικατοπτρίζει τις αυξήσεις που προκύπτουν στις τιμές λόγω πληθωρισμού.

Νόμισμα: €	0Ε1Ε	0Ε2Ε	0Ε3Ε	0Ε4Ε	0Ε5Ε
Αναλώσιμα επισιτισμού					
Τρόφιμα	250.000	257.500	265.225	273.182	281.377
Ποτά	10.000	10.300	10.609	10.927	11.255
Λοιπά	8.000	8.240	8.487	8.742	9.004
Σύνολο αναλώσιμων επισιτισμού	268.000	276.040	284.321	292.851	301.636
ΥΚΩ και εφόδια					
Ηλεκτρική ενέργεια	12.000	12.360	12.731	13.113	13.506
Ύδρευση	700	721	743	765	788
Καύσιμα	8.000	8.240	8.487	8.742	9.004
Internet/τηλεφωνία	1.000	1.030	1.061	1.093	1.126
Σύνολο ΥΚΩ και εφοδίων	21.700	22.351	23.022	23.712	24.424
Χημικά					
Καθαριστικά	1.200	1.236	1.273	1.311	1.351
Απορρυπαντικά	800	824	849	874	900
Φυτοφάρμακα / εντομοκτόνα	100	103	106	109	113
Σύνολο χημικών	2.100	2.163	2.228	2.295	2.364
Λοιπές Α' ύλες και εφόδια					
Γραφική ύλη	3.000	3.090	3.183	3.278	3.377
Στολές	900	927	955	983	1.013
Φάρμακα	300	309	318	328	338
Σύνολο λοιπών Α' υλών και εφοδίων	4.200	4.326	4.456	4.589	4.727
Σύνολο	296.000	304.880	314.026	323.447	333.151

Πίνακας 7 Σύνολο Κόστους Πρώτων Υλών

Κεφάλαιο 5 Μηχανολογία & Τεχνολογία

Στο κεφάλαιο αυτό που αφορά την μηχανολογία και τεχνολογία εμπεριέχονται οι δαπάνες οι οποίες συνδέονται με την απόκτηση και την εγκατάσταση νέων μηχανημάτων. Οι εν λόγω δαπάνες εμπερικλείουν τις τεχνικές εγκαταστάσεις, γενικότερα όλες τις αναπροσαρμογές που απαιτούνται για τη μόνιμη ενσωμάτωσή τους στην παραγωγική διαδικασία. Επιπρόσθετα, περιλαμβάνονται εδώ οι δαπάνες που αφορούν μηχανολογικές εγκαταστάσεις οι οποίες όμως δεν σχετίζονται με το κτίριο, καθώς και δαπάνες κατασκευής, αγοράς και ανεφοδιασμού των εξειδικευμένων εγκαταστάσεων οι οποίες είναι αναγκαίες για την εύρυθμη λειτουργία της μονάδας και σχετίζονται με το επενδυτικό σχέδιο.

Με σκοπό να αποτυπωθεί αναλυτικά ο εξοπλισμός, ο οποίος είναι αναγκαίος για την αποτελεσματική λειτουργία της ξενοδοχειακής μονάδας, αλλά και το κόστος αυτού, δημιουργήθηκαν 3 κατηγορίες

Ξενοδοχειακός εξοπλισμός

Περιγραφή	Τεμάχια	Κόστος / τεμάχιο	Συνολικό κόστος
Κρεβάτια	60	500	30.000
Στρώμα	60	500	30.000
Κομοδίνο	120	70	8.400
Καναπέδες	60	150	9.000
Τραπεζάκι πολυθρόνας	60	30	1.800
Ντουλάπα ράγα	60	60	3.600
Καρέκλες γραφείου	120	50	6.000
Γραφεία	60	100	6.000
Οθόνες Η/Υ	60	150	9.000
Πληκτρολόγια	60	30	1.800
Web cameras	60	20	1.200
Wifi boosters	30	40	1.200
Τηλεοράσεις	63	600	37.800
Φωτιστικά	120	30	3.600
Μίνι ψυγεία	62	500	31.000
Κλιματιστικά	67	800	53.600
Σεντόνια / μαξιλάρια / λινά	60	20	1.200
Κουρτίνες	60	40	2.400
Καφετιέρες	63	150	9.450
Πιστολάκια	60	30	1.800
Χρηματοκιβώτια	60	200	12.000
Σύνολο ξενοδοχειακού εξοπλισμού			260.850

Πίνακας 8 Σύνολο Ξενοδοχειακού Εξοπλισμού

Εξοπλισμός Εστιατορίου

Περιγραφή	Τεμάχια	Κόστος / τεμάχιο	Συνολικό κόστος
Φούρνοι	3	5.000	15.000
Είδη σερβιρίσματος	60	20	1.200
Τοστιέρες	2	100	200
Συστήματα ψησίματος	2	500	1.000
Καφετιέρες	1	1.000	1.000
Απορροφητήρας	1	5.000	5.000
Ψυγεία κρασιών	2	400	800
Ψυγεία συντήρησης	1	15.000	15.000
Καταψύκτες	2	2.000	4.000
Μίξερ	2	800	1.600
Γεννήτρια	1	3.000	3.000
Παγομηχανές	2	500	1.000
Σύνολο εξοπλισμού εστιατορίου			48.800

Πίνακας 9 Σύνολο Εξοπλισμού Εστιατορίου

Περιγραφή	Τεμάχια	Κόστος / τεμάχιο	Συνολικό κόστος
Ηλεκτρονικοί υπολογιστές	8	1.000	8.000
Αντλίες νερού	4	3.000	12.000
Αντλίες θερμότητας	2	40.000	80.000
Αισθητήρες φωτιάς	60	30	1.800
Λεωφορεία	2	18.000	36.000
Ομπρέλες	30	40	1.200
Ξαπλώστρες	60	50	3.000
Πυροσβεστήρες	20	25	500
Ηχεία	10	100	1.000
Τηλεφωνικές συσκευές	70	60	4.200
Κινητά τηλέφωνα	6	400	2.400
Projector	1	1.000	1.000
Ηλ. Θερμοσίφωνες	12	2.000	24.000
Πλυντήρια	5	1.500	7.500

Στεγνωτήρια	5	1.500	7.500
Υδραυλικά	1	2.500	2.500
Ηλ. Σκούπες	10	400	4.000
Ηλ. Κλειδαριές	65	200	13.000
Σύστημα καθαρισμού πισίνας	1	1.000	1.000
Σύστημα ERP	1	14.000	14.000
Σύνολο ξενοδοχειακού εξοπλισμού			224.600

Πίνακας 10 Σύνολο Εξοπλισμού Ξενοδοχείου

ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ:

260.850+48.800+224.600=534.000 €

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 Οργάνωση Μονάδας και Γενικά Έξοδα

Οργανόγραμμα Υπαλλήλων Ξενοδοχείου

Οι επιμέρους οργανωτικές λειτουργίες αναδεικνύονται ως κρίσιμες για κάθε επιχείρηση και εξαρτώνται από τις ξεχωριστές ανάγκες κάθε εταιρείας, οργανώνονται και ομαδοποιούνται σε οργανωτικές μονάδες. Η οργάνωση αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο κατασκευάζονται και καθορίζονται οι λειτουργίες και οι δραστηριότητες μιας εταιρείας σε οργανωτικές μονάδες. Οι οργανωτικές μονάδες εκπροσωπούνται από το διοικητικό και εποπτικό προσωπικό και στοχεύουν στον συντονισμό και τον έλεγχο της απόδοσης της επιχείρησης, συνδυάζοντας το με την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων.

Επομένως, ο αποτελεσματικός σχεδιασμός της επιχείρησης είναι ζωτικής σημασίας, διότι διευκολύνει τον λεπτομερή έλεγχο και τη γενικότερη διαχείριση της εταιρείας.

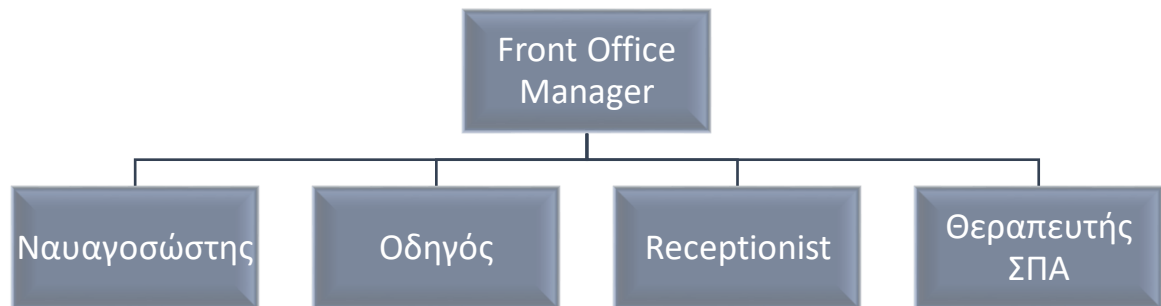
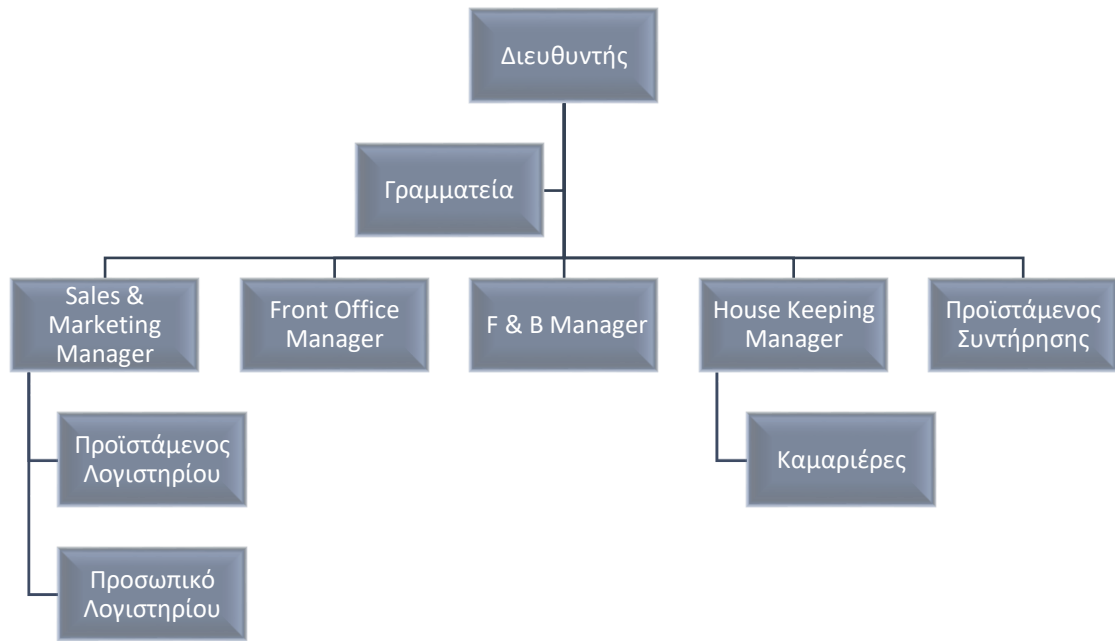
Σε αυτήν την περίπτωση, το επίκεντρο της οργανωτικής δομής είναι στις ανώτερες επιπέδου οργανωτικές λειτουργίες, που ασχολούνται με τον μακροπρόθεσμο στρατηγικό σχεδιασμό, τον προϋπολογισμό, τον συντονισμό και τον έλεγχο των υποκείμενων οργανωτικών λειτουργιών. Από την άλλη πλευρά, το εποπτικό μάντζμεντ αναλαμβάνει τον σχεδιασμό και τον έλεγχο των καθημερινών λειτουργιών και δραστηριοτήτων των οργανωτικών μονάδων που υπάγονται σε αυτό.

Η επιλογή της οργανωτικής δομής ακολουθεί μια απλή και αποτελεσματική προσέγγιση που είναι προσαρμοσμένη στο μέγεθος της εταιρείας, επιτρέποντας την αποδοτική λειτουργία χωρίς υπερβολικά διοικητικά έξοδα. Επιπλέον, προσφέρει τη δυνατότητα για βελτιωμένο συντονισμό και τη μείωση της γραφειοκρατίας, ενώ παρέχει στον Διευθύνοντα Σύμβουλο τη δυνατότητα άμεσου ελέγχου όλων των επιμέρους τμημάτων.

Επιπλέον, ο προσδιορισμός των επιμέρους δραστηριοτήτων που αντιστοιχούν σε κάθε οργανωτική λειτουργία θα συμβάλλει στον πιο ακριβή προσδιορισμό της κοστολόγησης αυτών των επιμέρους λειτουργιών. Αυτή η λεπτομερής ανάλυση των δαπανών είναι κομβικής σημασίας για την κατανόηση των γενικών εξόδων της επιχείρησης, τα οποία θα εξεταστούν εκτενώς στη συνέχεια του κεφαλαίου.

Η διαμόρφωση των οργανωτικών δομών είναι στενά συνδεδεμένη με τις λειτουργικές ανάγκες της επιχείρησης, ενώ τα διάφορα τμήματα επικεντρώνονται σε συγκεκριμένες επιχειρησιακές λειτουργίες. Αυτή η προσέγγιση διασφαλίζει τη σαφήνεια όσον αφορά τους στόχους και τις ευθύνες τους, βελτιώνοντας την απρόσκοπτη λειτουργία της εταιρείας.

Η οργανωτική μορφή της παρούσας επιχείρησης:





Πίνακας 11 Οργανόγραμμα Επιχείρησης

Εν κατακλείδι, στην ενότητα αυτή αναφέρονται τα έξοδα τα οποία δεν συνδέονται άμεσα με κανένα από τα κεφάλαια της παρούσας μελέτης σκοπιμότητας. Τα εν λόγω έξοδα, για το χρονικό διάστημα των πέντε ετών που εξετάζει η μελέτη σκοπιμότητας, αναλύονται στον πίνακα που ακολουθεί. Σημαντικό είναι να αναφερθεί το γεγονός του ότι για την αναπαράσταση των πληθωριστικών αυξήσεων των τιμών, έχει εφαρμοστεί ένας συντελεστής της τάξεως του 3%.

Γενικά έξοδα

Νόμισμα: €	ΟΕ1Ε	ΟΕ2Ε	ΟΕ3Ε	ΟΕ4Ε	ΟΕ5Ε
Αμοιβές ΔΣ	20.000	20.600	21.218	21.855	22.510
Τακτικές συντηρήσεις	8.000	8.240	8.487	8.742	9.004
Ασφάλιστρα	5.000	5.150	5.305	5.464	5.628
ΕΝΦΙΑ	3.500	3.605	3.713	3.825	3.939
Διατροφή προσωπικού	3.000	3.090	3.183	3.278	3.377
Αμοιβές συμβούλων	2.500	2.575	2.652	2.732	2.814
Πιστοποιήσεις ISO	2.000	2.060	2.122	2.185	2.251
Σύνολο	44.000	45.320	46.680	48.080	49.522

Πίνακας 12 Γενικά Έξοδα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 Ανθρώπινοι Πόροι

Σε κάθε οργανισμό, είτε αυτός παρέχει προϊόντα, είτε υπηρεσίες, το ανθρώπινο δυναμικό αναδύεται ως ο καρπός της επιτυχίας. Αποτελεί τον πυρήνα κάθε επενδυτικού σχεδίου. Επιλέγοντας σοφά τα μέλη της ομάδας, διασφαλίζεται όχι μόνο η αποτελεσματικότητα του εγχειρήματος αλλά και η ποιότητα των αποτελεσμάτων. Εκτός από τις απαραίτητες ικανότητες και εκπαίδευση, απαιτείται η εναρμόνιση του προσωπικού με τις αρχές και την κουλτούρα του οργανισμού, καθώς και η δέσμευσή τους να αντικατοπτρίζουν και να προάγουν αυτές τις αξίες.

Συμφώνα με προηγούμενη αναφορά, η επιτυχημένη έκβαση ενός επενδυτικού σχεδίου απορρέει σε σημαντικό βαθμό από την διασφάλιση της σωστής επιλογής του ιδανικού ανθρώπινου δυναμικού. Η οργάνωση του προσωπικού πρέπει να ευθυγραμμίζεται με τις ανάγκες και τη φιλοσοφία της νεοσύστατης επιχείρησης.

Σε αυτό το πλαίσιο, είναι απαραίτητο να προσελκύονται άτομα με τις αναγκαίες τεχνικές δεξιότητες που θα είναι σε θέση να προσφέρουν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες, πάντα με επίκεντρο τον πελάτη, την εξυπηρέτηση του και την ικανοποίησή του. Επιπρόσθετα, ο αριθμός των ατόμων του προσωπικού θα πρέπει να εξασφαλίζει την κάλυψη των λειτουργικών αναγκών, διατηρώντας παράλληλα υψηλά επίπεδα αποτελεσματικότητας και διαχείρισης του κόστους. Προκειμένου η διαδικασία της στελέχωσης να ανταποκρίνεται όσο το δυνατόν πληρέστερα στις ανάγκες της εταιρείας, θα ήταν σημαντικό να προσδιοριστούν οι ανθρώπινοι πόροι τόσο κατηγορία προς κατηγορία όσο και λειτουργία προς λειτουργία.

Στη συνέχεια, θα ακολουθήσει μια λεπτομερής αξιολόγηση του υπολογιζόμενου κόστους του προσωπικού ανάλογα με τις διάφορες δραστηριότητες και τα τμήματα που υπόκεινται σε ανάλυση για την κατηγορία του κόστους.

Περιγραφές Θέσεων Εργασίας

Reception - Front Office Manager

Τα άτομα τα οποία θα απασχολούνται στις θέσεις αυτές, θα έχουν ουσιαστικά ως κύριες αρμοδιότητες τις εξής:

- Έγκαιρη και ορθή εξυπηρέτηση πελατών
- Διαχείριση καταγγελιών, παραπόνων και επειγόντων περιστατικών
- Διαχείριση μηνιαίου προγράμματος υπαλλήλων
- Εκπαίδευση υφισταμένων
- Τακτοποίηση χώρου

Οι υπάλληλοι στις θέσεις Front office manager θα αναφέρονται απευθείας στον διευθυντή και θα συνεργάζονται άμεσα τόσο με τη γενική διεύθυνση όσο και με το λογιστήριο.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων:

- Άριστη γνώση Αγγλικών, Γαλλικών, Γερμανικών, Ισπανικών
- Πτυχίο Ανώτατης Εκπαίδευσης

- Άψογος Χειρισμός Η/Υ και διαδικτύου (master level)
- Τουλάχιστον 5 χρόνια προϋπηρεσία σε αντίστοιχη θέση

Reception - Receptionist

Τα άτομα τα οποία θα απασχολούνται στις θέσεις αυτές, θα έχουν ουσιαστικά ως κύριες αρμοδιότητες τις εξής:

- Υποδοχή επισκεπτών στο χώρο υποδοχής
- Απάντηση, διαλογή και προώθηση τηλεφωνικών κλήσεων
- Παροχή πληροφοριών
- Ενημέρωση ημερολογίου κρατήσεων
- Τήρηση αρχείου εξόδων

Οι υπάλληλοι στις θέσεις των receptionist θα αναφέρονται στον front office manager και θα συνεργάζονται και αυτοί τόσο με το λογιστήριο όσο και με τη Γενική Διεύθυνση. Ωστόσο είναι σημαντικό να τονιστεί πως η θέση τους είναι κομβικής σημασίας καθώς αποτελούν το πρώτο σημείο επαφής των επισκεπτών με την ξενοδοχειακή μονάδα.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων:

- Αποδεδειγμένη εργασιακή εμπειρία τουλάχιστον 3 έτη
- Άριστη γνώση του Microsoft Office Suite, Η/Υ και διαδικτύου
- Άριστες δεξιότητες γραπτής και προφορικής επικοινωνίας σε Αγγλικά, Ελληνικά, Γαλλικά

F & B Manager

Τα άτομα τα οποία θα απασχολούνται στις θέσεις αυτές, θα έχουν ουσιαστικά ως κύριες αρμοδιότητες τις εξής:

- Διαχείριση όλων των λειτουργιών του τομέα των τροφίμων και ποτών και των καθημερινών δραστηριοτήτων στο πλαίσιο συγκεκριμένου προϋπολογισμού και με βάση τα υψηλότερα πρότυπα
- Σχεδιασμός μοναδικών μενού, αγορά προϊόντων και συνεχής πραγματοποίηση απαραίτητων βελτιώσεων
- Καθοδήγηση της ομάδας του τομέα τροφίμων και ποτών, προσελκύοντας, εκπαιδεύοντας και αξιολογώντας ταλαντούχο προσωπικό
- Συμμόρφωση με όλους τους κανονισμούς υγείας και ασφάλειας

Το άτομο το οποίο θα κατέχει την θέση του «food and beverage manager» θα αναφέρεται απευθείας στον διευθυντή. Άμεσοι υφιστάμενοι του θα είναι οι: Executive Chef, Α' Μάγειρες, Β' Μάγειρες και θα συνεργάζεται κυρίως με το εστιατόριο.

Αποστολή του είναι να εξασφαλίζει την εύρυθμη λειτουργία των εστιατορίων, των μπαρ αλλά και όλων των επισιτιστικών τμημάτων του Ξενοδοχείου.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων:

- Δίπλωμα Σχολής Μαγειρικής ή Πτυχίο στη Διαχείριση Υπηρεσιών Εστίασης ή σε σχετικό πεδίο
- Αποδεδειγμένη εμπειρία στη διαχείριση τροφίμων και ποτών τουλάχιστον 8 έτη

- Δυνατότητα εργασίας με διάφορα προγράμματα λογισμικού υπολογιστών
- Επικοινωνιακές και ηγετικές δεξιότητες
- Ικανότητα διαχείρισης προσωπικού και επίτευξης οικονομικών στόχων
- Εμπειρία σε αντίστοιχη θέση τουλάχιστον 7 έτη

Σερβιτόρος

Τα άτομα τα οποία θα απασχολούνται στις θέσεις αυτές, θα έχουν τις εξής κύριες αρμοδιότητες:

- Υποδοχή και συνοδεία των πελατών στα τραπέζια τους
- Παρουσίαση του μενού και παροχή λεπτομερών πληροφοριών, εφόσον ζητηθούν
- Προετοιμασία τραπεζιών, τοποθετώντας τραπεζομάντιλα, μαχαιροπίρουνα και ποτήρια
- Ενημέρωση πελατών για τα πιάτα της ημέρας
- Λήψη ακριβούς παραγγελίας φαγητού και ποτών, χρησιμοποιώντας λογισμικό παραγγελιοληψίας POS, δελτία παραγγελιών ή απομνημονεύοντας την παραγγελία
- Τήρηση όλων των σχετικών κανονισμών του Υπουργείου Υγείας
- Παροχή άριστης εξυπηρέτησης στους πελάτες

Τα άτομα τα οποία θα κατέχουν αυτές τις θέσεις θα αναφέρονται στον bar tender και θα έχουν ως άμεσο υφιστάμενο τους τον βοηθό service. Φυσικά θα συνεργάζονται άμεσα με το εστιατόριο.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων:

- Αποδεδειγμένη εργασιακή εμπειρία ως Σερβιτόρος/α
- Πρακτική εμπειρία στη χρήση ταμειακής μηχανής και συστημάτων παραγγελιοληψίας (π.χ. Revel POS ή Toast POS)
- Παρατηρητικότητα και υπομονή απέναντι στους πελάτες
- Εξαιρετικές δεξιότητες παρουσίασης
- Δεξιότητες στην προσεκτική καταγραφή των λεγομένων και την αποτελεσματική επικοινωνία
- Ομαδικό πνεύμα
- Ευελιξία εργασίας σε διάφορες βάρδιες
- Απολυτήριο λυκείου. Η εκπαίδευση στην ασφάλεια των τροφίμων θα θεωρηθεί επιπλέον προσόν

Bar Tender

Τα άτομα τα οποία θα απασχολούνται στις θέσεις αυτές, θα έχουν τις εξής αρμοδιότητες:

- Παρασκευή αλκοολούχων και μη αλκοολούχων ποτών για τους πελάτες του μπαρ και του εστιατορίου
- Αλληλεπίδραση με τους πελάτες, λήψη παραγγελιών και σερβίρισμα σνακ και ποτών
- Εκτίμηση αναγκών και προτιμήσεων των πελατών και πρόταση των αντίστοιχων ποτών

- Ανάμειξη υλικών για την παρασκευή κοκτέιλ
- Σχεδιασμός και παρουσίαση του μενού του μπαρ
- Αναπλήρωση αποθέματος και προμηθειών του μπαρ

Τα άτομα τα οποία θα κατέχουν αυτές τις θέσεις θα αναφέρονται στον F&B Manager και θα έχουν ως άμεσο υφιστάμενο τους τον σερβιτόρο. Θα συνεργάζονται και αυτοί άμεσα με το εστιατόριο.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- Βιογραφικό και αποδεδειγμένη εργασιακή εμπειρία ως Bar Tender
- Εξαιρετική γνώση δημιουργίας κοκτέιλ, γαρνιρίσματος και σερβιρίσματος ποτών
- Η γνώση δεύτερης γλώσσας θα θεωρηθεί επιπλέον προσόν
- Θετική στάση και άριστες επικοινωνιακές δεξιότητες
- Ικανότητα διατήρησης ενός οργανωμένου και καθαρού μπαρ, με όλες τις απαραίτητες προμήθειες
- Σχετικό πιστοποιητικό κατάρτισης

Βοηθός Service

Τα άτομα τα οποία θα απασχολούνται στις θέσεις αυτές, θα έχουν τις εξής αρμοδιότητες:

- Επικοινωνία με το Σερβιτόρο για τον τρόπο οργάνωσης του χώρου εργασίας
- Καθάρισμα των τραπεζιών
- Βοήθεια στο σερβίρισμα των ποτών & των πιάτων του εστιατορίου
- Διαρκής επίβλεψη του χώρου ευθύνης με σκοπό την καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη
- Διασφάλιση καθαριότητας του χώρου
- Διαρκή επικοινωνία με τον σερβιτόρο για την εξυπηρέτηση των πελατών
- Διατήρηση της ευταξίας
- Ανάληψη καθαριότητας τραπεζιών στο τέλος της βάρδιας

Τα άτομα τα οποία θα κατέχουν αυτές τις θέσεις θα αναφέρονται στον σερβιτόρο και θα συνεργάζονται άμεσα με το εστιατόριο.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- Προηγούμενη εμπειρία στην αντίστοιχη θέση
- Καλή γνώση της Αγγλικής Γλώσσας
- Εξοικείωση στην χρήση PDA (Ηλεκτρονική Παραγγελιοληψία)
- Ευγένεια και φιλική διάθεση
- Προσανατολισμός στην εξυπηρέτηση του πελάτη
- Συνέπεια και επαγγελματισμός
- Δυνατές επικοινωνιακές δεξιότητες
- Πνεύμα συνεργασίας & ομαδικότητα
- Δυναμικός χαρακτήρας

- Ανεπτυγμένο αίσθημα ευθύνης

Executive Chef

Το άτομο το οποίο θα απασχολείται σε αυτή τη θέση, θα έχει τις εξής αρμοδιότητες:

- Βοήθεια στην προετοιμασία και το σχεδιασμό όλων των μενού φαγητού και ποτών
- Δημιουργία πιάτων υψηλής ποιότητας, τόσο από πλευράς εμφάνισης όσο και από πλευράς γεύσης
- Διασφάλιση ότι η κουζίνα λειτουργεί με έγκαιρο τρόπο που πληροί τα πρότυπα ποιότητάς μας
- Διαχείριση και εκπαίδευση του προσωπικού κουζίνας, διαμόρφωση ωραρίου εργασίας και αξιολόγηση απόδοσης προσωπικού

Το άτομο το οποίο θα κατέχει αυτή τη θέση θα αναφέρεται στον F&B Manager και θα έχει ως άμεσους υφιστάμενους τον Sous Chef, τον Pastry Chef, τους Α' Μάγειρες και Β' Μάγειρες. Αποστολή του είναι ο προγραμματισμός και η καθοδήγηση της προετοιμασίας του φαγητού και των δραστηριοτήτων μαγειρικής. Θα συνεργάζεται άμεσα με το service και τη διεύθυνση.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- 10+ έτη εμπειρίας ως Sous Chef
- Εξαιρετικό ιστορικό στη διαχείριση κουζίνας και προσωπικού
- Πτυχίο στη Μαγειρική ή σχετικό πιστοποιητικό θα θεωρηθεί επιπλέον προσόν

Sous Chef

Το άτομο το οποίο θα απασχολείται σε αυτή τη θέση, θα έχει τις εξής αρμοδιότητες:

- Βοήθεια στην προετοιμασία και το σχεδιασμό όλων των μενού φαγητού και ποτών
- Δημιουργία πιάτων υψηλής ποιότητας, τόσο από πλευράς εμφάνισης όσο και από πλευράς γεύσης
- Διασφάλιση ότι η κουζίνα λειτουργεί με έγκαιρο τρόπο που πληροί τα πρότυπα ποιότητάς μας
- Αντικατάσταση του Executive Chef στον σχεδιασμό και την οργάνωση της προετοιμασίας των πιάτων, εφόσον είναι απαραίτητο
- Παραγγελία προμηθειών για τη δημιουργία κατάλληλου αποθέματος

Το άτομο το οποίο θα κατέχει αυτή τη θέση θα αναφέρεται στον Executive chef και θα έχει ως άμεσους υφιστάμενους τους Α' Μάγειρες, Β' Μάγειρες και τον Λαντζέρη.

Αποστολή του είναι να αξιοποιεί τις μαγειρικές και διευθυντικές του δεξιότητες, ώστε να διαδραματίζει κείριο ρόλο στη διατήρηση και τη βελτίωση της ικανοποίησης των πελατών. Θα συνεργάζεται άμεσα με το service.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- 6+ έτη εμπειρίας ως Sous Chef
- Κατανόηση των διαφόρων μεθόδων, των υλικών, του εξοπλισμού και των διαδικασιών μαγειρικής
- Εξαιρετικό ιστορικό στη διαχείριση κουζίνας και προσωπικού
- Πτυχίο στη Μαγειρική ή σχετικό πιστοποιητικό θα θεωρηθεί επιπλέον προσόν

Pastry Chef

Το άτομο το οποίο θα απασχολείται σε αυτή τη θέση, θα έχει τις εξής αρμοδιότητες:

- Δημιουργία νέων και συναρπαστικών επιδορπίων για την ανανέωση των μενού
- Διακόσμηση γλυκών, χρησιμοποιώντας διαφορετικά είδη επικαλύψεων ώστε να διασφαλίζεται η όμορφη και εντυπωσιακή εμφάνιση
- Παρακολούθηση αποθεμάτων βασικών υλικών, όπως αλεύρι, ζάχαρη, κ.λπ. και πραγματοποίηση των κατάλληλων παραγγελιών εντός του προϋπολογισμού
- Έλεγχος της ποιότητας των υλικών, της κατάστασης του εξοπλισμού και των συσκευών που χρησιμοποιούνται στην Παρασκευή

Το άτομο το οποίο θα κατέχει αυτή τη θέση θα αναφέρεται στον F&B Manager και θα έχει ως άμεσους υφιστάμενους τους Α' Μάγειρες, Β' Μάγειρες και τον Λαντζέρη. Αποστολή του είναι η παρασκευή μιας ευρείας ποικιλίας ειδών, όπως τούρτες, κουλουράκια, πίτες, ψωμί κλπ., ακολουθώντας παραδοσιακές και σύγχρονες συνταγές. Θα συνεργάζεται άμεσα με το service.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- Αποδεδειγμένη εμπειρία ως Ζαχαροπλάστης, Αρτοποιός ή σε παρόμοια θέση τουλάχιστον 8 έτη
- Μεγάλη προσοχή στη λεπτομέρεια
- Δημιουργικότητα
- Εμπειρία στην παρασκευή γλυκών με περιορισμούς υλικών (γλυκά χωρίς γλουτένη, χωρίς ζάχαρη κ.λπ.)
- Πιστοποιητικό στη μαγειρική, τη ζαχαροπλαστική, την αρτοποιία ή σε σχετικό πεδίο

A' Μάγειρας

Το άτομο το οποίο θα απασχολείται σε αυτή τη θέση, θα έχει τις εξής αρμοδιότητες:

- Στήσιμο και αναπλήρωση των πόστων με όλες τις απαραίτητες προμήθειες
- Προετοιμασία πιάτων για σερβίρισμα
- Παρασκευή στοιχείων του μενού σε συνεργασία με το υπόλοιπο προσωπικό της κουζίνας
- Ανταπόκριση, λογοδοσία και τήρηση των οδηγιών του Executive Chef ή του Sous Chef
- Καθαρισμός πόστου και τακτοποίηση του φαγητού που έχει περισσέψει
- Διασφάλιση ταυτόχρονου σερβιρίσματος του φαγητού, με υψηλή ποιότητα και έγκαιρο τρόπο

Το άτομο το οποίο θα κατέχει αυτή τη θέση θα αναφέρεται στον Sous Chef και θα έχει ως άμεσους υφιστάμενους τους Β' Μάγειρες και τον Λαντζέρη. Αποστολή του είναι η παρασκευή πιάτων σύμφωνα με τις ακριβείς προδιαγραφές του σεφ, όπως και το στήσιμο των πόστων για το μενού. Θα συνεργάζεται άμεσα με το service.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- Αποδεδειγμένη εμπειρία στη μαγειρική, καθώς και εμπειρία ως Σεφ γραμμής, Μάγειρας εστιατορίου ή Μάγειρας β, τουλάχιστον 3 έτη
- Ακρίβεια και ταχύτητα στην επιτέλεση των εργασιών που ανατίθενται
- Πτυχίο σχολής μαγειρικής

B' Μάγειρες

Τα άτομα τα οποία θα απασχολούνται στις θέσεις αυτές, θα έχουν τις εξής αρμοδιότητες:

- Τήρηση της λίστας προετοιμασίας που δημιουργούν οι σεφ για τον προγραμματισμό των καθηκόντων
- Επισήμανση και αποθήκευση όλων των υλικών σε ράφια, ώστε να είναι οργανωμένα και εύκολα προσβάσιμα
- Μέτρηση της ποσότητας υλικών και καρυκευμάτων που θα χρησιμοποιηθούν στη μαγειρική
- Προετοιμασία των υλικών μαγειρικής, πλένοντας και τεμαχίζοντας λαχανικά, κόβοντας κρέας, κ.λπ.
- Παρασκευή απλών πιάτων, όπως σαλάτες, ορεκτικά, κ.λπ.

Τα άτομα τα οποία θα κατέχουν αυτές τις θέσεις θα αναφέρονται στους Α' Μάγειρες, άμεσος υφιστάμενος τους θα είναι ο λαντζέρης και θα συνεργάζονται άμεσα με το service. Κύρια αποστολή τους είναι η βοήθεια στην προετοιμασία πιάτων στην κουζίνα.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- Αποδεδειγμένη εμπειρία ως Μάγειρας Β (Βοηθός μάγειρα)
- Γνώση των κανόνων υγιεινής και ασφάλειας σε μια κουζίνα
- Επιδεξιότητα και ικανότητα χειρισμού εργαλείων κοπής και σκευών κουζίνας
- Υπομονή και ικανότητα διατήρησης θετικής στάσης σε συνθήκες πίεσης
- Επιθυμητό Απολυτήριο λυκείου ή ισοδύναμο.
- Εκπαίδευση σε Σχολή Μαγειρικής θα θεωρηθεί πλεονέκτημα

Λαντζέρης

Το άτομο το οποίο θα απασχολείται σε αυτή τη θέση, θα έχει τις εξής αρμοδιότητες:

- Συγκέντρωση χρησιμοποιημένων σκευών από τη σάλα και τον χώρο της κουζίνας
- Γέμισμα και άδειασμα πλυντηρίων πιάτων
- Στήσιμο πάγκων εργασίας πριν από την έναρξη προετοιμασίας του γεύματος
- Διασφάλιση της διαθεσιμότητας αρκετών καθαρών πιάτων, ποτηριών και μαχαιροπίρουνων, σε κάθε περίπτωση και ιδιαίτερα κατά τις ώρες αιχμής
- Τακτική απόρριψη σκουπιδιών
- Απολύμανση του χώρου της κουζίνας, καθώς και του δαπέδου

Το άτομο το οποίο θα κατέχει αυτή τη θέση θα αναφέρεται στους Μάγειρες και θα συνεργάζεται άμεσα με το service.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- Εργασιακή εμπειρία ως Λαντζιέρης/Λαντζιέρισσα ή ως Προσωπικό εστίασης
- Εμπειρία στη χρήση επαγγελματικών πλυντηρίων πιάτων
- Προσοχή στη λεπτομέρεια και τους κανόνες υγιεινής
- Δυνατότητα εργασίας σε βάρδιες, τα Σαββατοκύριακα και σε βραδινές ώρες

Housekeeping Manager

Το άτομο το οποίο θα απασχολείται σε αυτή τη θέση, θα έχει τις εξής αρμοδιότητες:

- Σχεδιάζει το πρόγραμμα του προσωπικού (βάρδιες, αργίες κλπ.).
- Εποπτεύει το προσωπικό και ελέγχει την καθαριότητα στα δωμάτια, στην αίθουσα πρωινού αλλά και στους υπόλοιπους χώρους του ξενοδοχείου
- Προγραμματίζει τον καθαρισμό των δωματίων σύμφωνα με τις κρατήσεις και ενημερώνεται για ειδικά αιτήματα πελατών που αφορούν την καθαριότητα των δωματίων τους.
- Συμμετέχει στις εργασίες καθαριότητας όταν οι συνθήκες το επιβάλλουν

Το άτομο το οποίο θα κατέχει αυτή τη θέση θα αναφέρεται στον Διευθυντή και θα έχει ως άμσους υφιστάμενους του τις καμαριέρες. Αποστολή του είναι η οργάνωση και εποπτεία σε καμαριέρες και τις οροφokόμους που εργάζονται στο τμήμα ώστε οι χώροι να παραμένουν καθαροί σύμφωνα με τις επιταγές των προτύπων ασφάλειας και υγιεινής. Θα συνεργάζεται άμεσα με τη Διεύθυνση.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- Απαραίτητη προϋπηρεσία σε τμήμα Οροφοκομίας μεγάλης ξενοδοχειακής μονάδας
- Ικανότητα multi-tasking και επίλυσης προβλημάτων
- Προσανατολισμός στην παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας και προδιαγραφών
- Καλή γνώση Αγγλικών
- Πτυχίο ΙΕΚ/ΤΕΙ Τουριστικών Επαγγελματών επιθυμητό

Καμαριέρες

Τα άτομα τα οποία θα απασχολούνται στις θέσεις αυτές, θα έχουν τις εξής αρμοδιότητες:

- Αλλαγή κλινοσκεπασμάτων και στρώσιμο κρεβατιών
- Αντικατάσταση χρησιμοποιημένων πετσετών
- Σκούπισμα και σφουγγάρισμα δαπέδων
- Καθαρισμός χαλιών με ηλεκτρική σκούπα
- Ξεσκόνισμα επίπλων
- Αναπλήρωση προϊόντων προσωπικής φροντίδας
- Διασφάλιση ότι όλα τα δωμάτια είναι καθαρά και τακτοποιημένα έως το τέλος της βάρδιας

Τα άτομα τα οποία θα κατέχουν αυτές τις θέσεις θα αναφέρονται στον/ην House Keeping Manager. Κύρια αποστολή τους είναι η διασφάλιση μιας ευχάριστης και άνετης εμπειρίας για τους πελάτες του ξενοδοχείου κατά τη διαμονή τους.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- Εργασιακή εμπειρία ως Καθαριστής δωματίων ξενοδοχείων ή Καμαριέρα
- Εμπειρία στη χρήση βιομηχανικού εξοπλισμού και προϊόντων καθαρισμού
- Δυνατότητα εργασίας σε βάρδιες
- Το απολυτήριο λυκείου αποτελεί επιπλέον προσόν

Sales & Marketing Manager

Το άτομο το οποίο θα απασχολείται σε αυτή τη θέση, θα έχει τις εξής αρμοδιότητες:

- Διαχείριση της Ομάδας Μάρκετινγκ

- Ανάπτυξη και παρακολούθηση Στρατηγικών Σχεδίων Μάρκετινγκ
- Προϋπολογισμός
- Branding, Image Making, digital marketing
- Διαχείριση μέσων κοινωνικής δικτύωσης
- Δημόσιες Σχέσεις
- Δημιουργία Προγράμματος Πιστότητας & Ενίσχυση της υπάρχουσας ικανοποίησης επισκεπτών

Το άτομο το οποίο θα κατέχει αυτή τη θέση θα αναφέρεται στον Διευθυντή, θα έχει άμεση συνεργασία με τη διεύθυνση και θα έχει ως άμεσο υφιστάμενο τον Accounting Manager. Αποστολή του είναι η δημιουργία και υλοποίηση πρωτοβουλιών μάρκετινγκ.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- Ισχυρή ικανότητα μάρκετινγκ, γνώση σε branding & image maker
- Δυνατότητα διαχείρισης Τύπου & MME
- Γνώσεις διαχείρισης εσόδων θα είναι ένα επιπλέον πλεονέκτημα
- Άριστος χρήστης υλικού / λογισμικού υπολογιστή
- Πολύγλωσσος/η: Ελληνικά, Αγγλικά – Μια τρίτη γλώσσα είναι πολύ επιθυμητή

Accounting Manager

Το άτομο το οποίο θα απασχολείται σε αυτή τη θέση, θα έχει τις εξής αρμοδιότητες:

- Τήρηση και εφαρμογή των λογιστικών σχεδίων της εταιρείας
- Παρακολούθηση και αξιολόγηση της απόδοσης του λογιστικού τμήματος
- Επίβλεψη και έλεγχος της διαδικασίας της μισθοδοσίας και υποβολή των απαραίτητων καταστάσεων στις αρμόδιες υπηρεσίες
- Τήρηση ενημερωμένων αρχείων

Το άτομο το οποίο θα κατέχει αυτή τη θέση θα αναφέρεται στον Sales & Marketing Manager, θα έχει άμεση συνεργασία με τη διεύθυνση υφιστάμενοι του θα είναι το προσωπικό του λογιστηρίου. Αποστολή του είναι η καθοδήγηση των διαδικασιών του λογιστηρίου και της χρηματοοικονομικής διοίκησης.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- Τουλάχιστον 5 έτη εργασιακή εμπειρία σε αντίστοιχη θέση
- Άριστη γνώση της εργατικής και της ασφαλιστικής νομοθεσίας
- Δικαίωμα υπογραφής Α' και Β' Τάξης
- Άριστη γνώση των Ελληνικών, αλλά και των Διεθνών Λογιστικών Προτύπων
- Πτυχίο Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης Χρηματοοικονομικής, Οικονομικής ή Λογιστικής κατεύθυνσης
- Άριστη γνώση αγγλικών και Η/Υ

Προσωπικό Λογιστηρίου

Τα άτομα τα οποία θα απασχολούνται στις θέσεις αυτές, θα έχουν τις εξής αρμοδιότητες:

- Συμφωνία τιμολογίων και εντοπισμός αποκλίσεων
- Δημιουργία και ενημέρωση εκθέσεων δαπανών
- Διεκπεραίωση εντύπων επιστροφών
- Προετοιμασία τραπεζικών καταθέσεων
- Καταχώριση οικονομικών συναλλαγών σε εσωτερικές βάσεις δεδομένων
- Έλεγχος λογιστικών φύλλων ως προς την ακρίβεια
- Τήρηση ψηφιακών και συμβατικών οικονομικών αρχείων
- Έκδοση τιμολογίων για πελάτες και εξωτερικούς συνεργάτες, ανάλογα με τις ανάγκες
- Έλεγχος και κατάθεση εγγράφων μισθοδοσίας

Τα άτομα τα οποία θα κατέχουν αυτές τις θέσεις θα αναφέρονται στον Accounting Manager και θα συνεργάζονται άμεσα με τη Διεύθυνση. Κύρια αποστολή τους είναι η διαχείριση εκθέσεων δαπανών και επιστροφών, η καταχώριση οικονομικών συναλλαγών στις εσωτερικές βάσεις δεδομένων και η συμφωνία των τιμολογίων.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- Τουλάχιστον 2 έτη αντίστοιχης εργασιακής εμπειρίας
- Βασικές γνώσεις τήρησης βιβλίων
- Άριστη γνώση οικονομικών κανονισμών
- Πτυχίο πανεπιστημίου στη Λογιστική, τα Χρηματοοικονομικά ή συναφή τομέα
- Άριστη γνώση αγγλικών και Η/Υ

Προϊστάμενος Συντήρησης

Το άτομο το οποίο θα απασχολείται σε αυτή τη θέση, θα έχει τις εξής αρμοδιότητες:

- Περιοδική επιθεώρηση εγκαταστάσεων για τον εντοπισμό προβλημάτων και διενέργεια απαραίτητης συντήρησης
- Πρόσληψη και επίβλεψη τεχνικών κατά τις ανακαινίσεις, επισκευές ή τη συντήρηση (ηλεκτρολόγους, υδραυλικούς κτλ.)
- Επιθεώρηση και συντήρηση κτιριακών συστημάτων (θέρμανση, εξαερισμός κτλ.)
- Παρακολούθηση καταλόγου απογραφής υλικών και εξοπλισμού
- Συμμετοχή στο συντονισμό των έργων

Το άτομο το οποίο θα κατέχει αυτή τη θέση θα αναφέρεται στον Διευθυντή, άμεσοι υφιστάμενοι του θα είναι συντηρητές, αποθηκάριοι, υπάλληλοι Security. Αποστολή του η διασφάλιση της ομαλής λειτουργίας των εργασιών συντήρησης και επισκευής.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- Τουλάχιστον 2 έτη προϋπηρεσία ως προϊστάμενος συντήρησης ή σε αντίστοιχη θέση
- Άριστη τεχνική γνώση όλων των κτιριακών συστημάτων (ηλεκτρολογικά, θέρμανσης κτλ.)
- Γνώση διαχείρισης προϋπολογισμού και απόδοσης
- Πτυχίο επαγγελματικής σχολής

Εργάτης – Αποθήκες

Το άτομο το οποίο θα απασχολείται σε αυτή τη θέση, θα έχει τις εξής αρμοδιότητες:

- Προετοιμασία και ολοκλήρωση παραγγελιών
- Λήψη και επεξεργασία προϊόντων αποθέματος αποθήκης
- Διεξαγωγή ελέγχων αποθεμάτων και τήρηση των υψηλών προτύπων ποιότητας για ελέγχους
- Διασφάλιση της καθαριότητας και της ασφάλειας του χώρου εργασίας
- Εισαγωγή καταχωρήσεων ημερολογίου στο αποθεματικό

Το άτομο το οποίο θα κατέχει αυτή τη θέση θα αναφέρεται στον Προϊστάμενο Συντήρησης. Αποστολή του ο έλεγχος αποθεμάτων αποθήκης και η τήρηση υψηλών προτύπων ποιότητας.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- Τουλάχιστον 2 έτη εργασιακή εμπειρία σε θέση αποθηκάριου
- Γνώση λογισμικού, βάσεων δεδομένων και συστημάτων αποθεμάτων (logistics)
- Καλές δεξιότητες οργάνωσης και διαχείρισης χρόνου
- Απολυτήριο λυκείου

Τεχνικός Συντήρησης

Το άτομο το οποίο θα απασχολείται σε αυτή τη θέση, θα έχει τις εξής αρμοδιότητες:

- Εκτέλεση συντήρησης των ηλεκτρικών συστημάτων
- Βοήθεια στην εγκατάσταση του εξοπλισμού, ψύξης και άλλων συστημάτων
- Επισκευές
- Συντήρηση των υδραυλικών και θερμαντικών συστημάτων για διασφάλιση της λειτουργικότητά τους
- Πραγματοποίηση γενικών διαδικασιών συντήρησης (π.χ. διαμόρφωση κήπου) και άλλων εργασιών (βάψιμο, ξυλουργικά κτλ.).

Το άτομο το οποίο θα κατέχει αυτή τη θέση θα αναφέρεται στον Προϊστάμενο Συντήρησης. Αποστολή του η διατήρηση της καλής κατάστασης και της λειτουργικότητας των εγκαταστάσεων.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- Γνώση των ηλεκτρικών και υδραυλικών συστημάτων
- Γνώση γενικών διαδικασιών και μεθόδων συντήρησης
- Πιστοποιητικό γνώσεων θέρμανσης, εξαερισμού και κλιματισμού ή τεχνολογίας συντήρησης κτιρίου ή σχετικού τομέα θα αποτελέσει πλεονέκτημα
- Τουλάχιστον 2 έτη εμπειρία ως τεχνικός συντήρησης

Υπάλληλοι Security

Τα άτομα τα οποία θα απασχολούνται στις θέσεις αυτές, θα έχουν τις εξής αρμοδιότητες:

- Τακτική περιπολία των εγκαταστάσεων για τη διατήρηση της τάξης και την καταγραφή των παρόντων
- Έλεγχος καμερών παρακολούθησης για τον εντοπισμό τυχόν διαταραχών ή παράνομων ενεργειών
- Παροχή βοήθειας σε άτομα που την έχουν ανάγκη
- Σύλληψη και κράτηση δραστών σύμφωνα με το νομικό πρωτόκολλο πριν από την άφιξη των αρχών

Τα άτομα τα οποία θα κατέχουν αυτές τις θέσεις θα αναφέρονται στον Προϊστάμενο Συντήρησης. Κύρια αποστολή τους είναι η επίβλεψη των εγκαταστάσεων, η προστασία του προσωπικού και των επισκεπτών καθώς και η αποτροπή βανδαλισμών, κλοπών ή άλλων εγκληματικών συμπεριφορών.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- Γνώση των νομικών κανόνων που αφορούν στην ασφάλεια των χώρων και τη δημόσια ασφάλεια
- Εξαιρετικές δεξιότητες παρακολούθησης και παρατήρησης
- Γνώση της τεχνολογίας και εμπειρία σε συστήματα παρακολούθησης
- Τουλάχιστον 3 έτη εμπειρία ως υπάλληλος ασφαλείας ή φρουρός
- Εκπαίδευση σε Πρώτες Βοήθειες/Βασική Υποστήριξη Ζωής (BLS) και αυτοάμυνας
- Πτυχίο ιδιωτικής σχολής

Διευθυντής

Το άτομο το οποίο θα απασχολείται σε αυτή την καίρια θέση, θα έχει τις εξής αρμοδιότητες:

- Επίβλεψη εργασίας σε όλα τα επίπεδα (υπάλληλοι υποδοχής, προσωπικό κουζίνας, καμαριέρες, υπάλληλοι γραφείου, κ.λπ.) και καθορισμός ξεκάθαρων στόχων

- Προγραμματισμός δραστηριοτήτων και κατανομή αρμοδιοτήτων για την επίτευξη του πιο αποδοτικού μοντέλου λειτουργίας
- Διαχείριση προϋπολογισμών/δαπανών, ανάλυση και ερμηνεία οικονομικών στοιχείων και παρακολούθηση πωλήσεων και κερδών
- Συνεργασία με εξωτερικούς φορείς, όπως προμηθευτές, ταξιδιωτικά πρακτορεία, διοργανωτές εκδηλώσεων/συνεδρίων, κ.λπ.
- Τακτική επιθεώρηση εγκαταστάσεων και επιβολή αυστηρής συμμόρφωσης με τα πρότυπα υγείας και ασφάλειας

Το άτομο το οποίο θα κατέχει αυτή τη θέση θα αναφέρεται στους Επενδυτές, άμεσοι υφιστάμενοι του θα είναι οι γραμματείς. Αποστολή του η επίβλεψη καθημερινής λειτουργίας του ξενοδοχείου και ο ορισμός στρατηγικών κατευθύνσεων.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- Αποδεδειγμένη εμπειρία ως Διευθυντής ξενοδοχείου ή σε σχετική θέση
- Εμπειρία εργασίας σε περιβάλλον MS Office. Η γνώση λογισμικού διαχείρισης ξενοδοχείων (PMS) θα θεωρηθεί πλεονέκτημα
- Αποδεδειγμένη ηγετική ικανότητα στη λήψη αποφάσεων και την επίλυση προβλημάτων
- Άριστες οργανωτικές δεξιότητες με προσοχή στη λεπτομέρεια
- Πτυχίο στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, στη Διοίκηση Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων / Διοίκηση Μονάδων Φιλοξενίας, ή σε σχετικό πεδίο

Γραμματεία

Το άτομο το οποίο θα απασχολείται σε αυτή την καίρια θέση, θα έχει τις εξής αρμοδιότητες:

- Διατήρηση του προγράμματος του διευθυντού και προγραμματισμό των ραντεβού του, των συνεδριάσεων του διοικητικού συμβουλίου, των διασκέψεων κλπ.
- Διαχείριση τηλεφωνικών κλήσεων και ανακατεύθυνση τους όταν είναι απαραίτητο
- Χειρισμός και προτεραιοποίηση σε όλες τις εξερχόμενες ή εισερχόμενες αλληλογραφίες (e-mail, επιστολές, πακέτα κ.λπ.)
- Διατήρηση ηλεκτρονικών και έντυπων αρχείων εξασφαλίζοντας ότι οι πληροφορίες είναι οργανωμένες και εύκολα προσβάσιμες

Το άτομο το οποίο θα κατέχει αυτή τη θέση θα αναφέρεται στον Διευθυντή. Αποστολή του η υποστήριξη των υψηλόβαθμων στελεχών της ξενοδοχειακής μονάδας.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- Αποδεδειγμένη εργασιακή εμπειρία ως Γραμματειακή υποστήριξη διοίκησης ή σε παρόμοια διοικητική θέση
- Άριστη γνώση MS Office και λογισμικού “back-office” (π.χ. ERP)
- Σε βάθος γνώση διαχείρισης γραφείου και βασικών λογιστικών διαδικασιών, καθώς και τεχνικού λεξιλογίου του σχετικού κλάδου

- Εξαιρετικές δυνατότητες οργάνωσης και διαχείρισης χρόνου
- Πτυχίο στη διοίκηση επιχειρήσεων ή σε σχετικό τομέα

Ναυαγοσώστης

Το άτομο το οποίο θα απασχολείται σε αυτή την καίρια θέση, θα έχει τις εξής αρμοδιότητες:

- Πρόληψη από ενδεχόμενα ατυχήματα στις κολυμβητικές δεξαμενές
- Επιβολή στην τήρηση των κανόνων στους συγκεκριμένους χώρους
- Αντιμετώπιση ατυχημάτων μέσα και έξω από το νερό
- Παροχή πρώτων βοηθειών

Το άτομο το οποίο θα κατέχει αυτή τη θέση θα αναφέρεται στον Front Office Manager και σκοπός του είναι να προλαμβάνει καθώς και να αντιμετωπίζει ενδεχόμενα ατυχήματα και να συμβάλει στην τήρηση των κανόνων.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- Πτυχίο ναυαγοσωστικής κολυμβητικής δεξαμενής (πισίνας) ή λουτρικών εγκαταστάσεων
- Προϋπηρεσία τουλάχιστον 2 έτη σε ανάλογη θέση
- Γνώση της αγγλικής γλώσσας
- Πτυχίο ΤΕΦΑΑ

Οδηγός

Το άτομο το οποίο θα απασχολείται σε αυτή την καίρια θέση, θα έχει τις εξής αρμοδιότητες:

- Χαρτογράφηση δρομολογίων προκαταβολικά με σκοπό τον καθορισμό της πλέον κατάλληλης διαδρομής
- Παραλαβή πελατών
- Παροχή βοήθειας στους πελάτες κατά την φόρτωση και εκφόρτωση των αποσκευών τους
- Διασφάλιση καθαρών και άνετων καθισμάτων για όλους τους επιβάτες
- Προγραμματισμός τακτικών επισκέψεων συντήρησης του οχήματος και αναφορά οποιωνδήποτε ζητημάτων

Το άτομο το οποίο θα κατέχει αυτή τη θέση θα αναφέρεται στον Front Office Manager.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- Ζετή εμπειρία σε θέση Οδηγού
- Δίπλωμα οδήγησης σε ισχύ

- Χωρίς ιστορικό οδικών παραβάσεων
- Ελάχιστη οπτική οξύτητα 20/50
- Απολυτήριο λυκείου
- Άριστη γνώση αγγλικών

Θεραπευτής ΣΠΑ

Το άτομο το οποίο θα απασχολείται σε αυτή την καίρια θέση, θα έχει τις εξής αρμοδιότητες:

- Παροχή ποικίλων υπηρεσιών ΣΠΑ (θεραπείες σώματος, μασάζ
- Συντήρηση εξοπλισμού και δοκιμή προϊόντων αποθέματος
- Τήρηση τεκμηρίωσης και αρχείων πελατών
- Διατήρηση καθαρού και καλά εφοδιασμένου χώρου
- Τήρηση προτύπων υγιεινής και κανονισμών υγείας και ασφάλειας

Το άτομο το οποίο θα κατέχει αυτή τη θέση θα αναφέρεται στον Front Office Manager.

Απαραίτητα προσόντα των υποψηφίων γι' αυτή τη θέση:

- Πτυχίο ή έγκυρη άδεια στην φυσικοθεραπεία
- Άριστη γνώση αγγλικών
- Δεξιότητες υπολογιστή σε επίπεδο χρήστη
- Δεξιότητες επικοινωνίας και εξυπηρέτησης πελατών
- Τουλάχιστον 3 έτη προϋπηρεσία σε αντίστοιχη θέση

Προσέλκυση Υποψηφίων

Η εύρεση των κατάλληλων μελών προσωπικού που θα ικανοποιήσει τις ανάγκες της επιχείρησης υποτάσσεται σε μια απαιτητική διαδικασία. Μολονότι, η προσεκτική και έγκαιρη ανάρτηση όλων των απαραίτητων ατόμων, είτε είναι καταρτισμένα είτε μη, θα επιτρέψει την καλύτερη προγραμματισμένη διεξαγωγή εσωτερικών προγραμμάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης. Αυτές οι εκπαιδεύσεις προσωπικού θα διεξαχθούν κατά την προπαραγωγική φάση, προκειμένου να διασφαλιστεί η πλήρης επαγγελματική κατάρτιση των εργαζομένων πριν από την εκκίνηση της επιχειρηματικής λειτουργίας.

Το σημείο διαφοροποίησης που θα κρίνει την επιτυχία μιας νεοσύστατης επιχείρησης ουσιαστικά καθορίζεται από την επιλογή και πρόσληψη του κατάλληλου προσωπικού. Αυτή η διαδικασία προϋποθέτει την επιλογή ατόμων με τις απαραίτητες ικανότητες και δεξιότητες που θα καταστήσουν δυνατή την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων με τον πλέον αποτελεσματικό και αποδοτικό τρόπο.

Στην επόμενη βασική φάση της διαδικασίας στελέχωσης της μονάδας ακολουθεί η δύσκολη αποστολή της προσέλκυσης υποψηφίων. Στόχος αυτής της διαδικασίας είναι να εντοπιστεί αρκετός αριθμός ατόμων που θα εκδηλώσουν ενδιαφέρον για τις διαθέσιμες θέσεις εργασίας στην ανερχόμενη επιχείρηση. Επιπλέον, οι υποψήφιοι πρέπει να πληρούν τα αναγκαία προσόντα και δεξιότητες.

Υπάρχουν ποικίλοι τρόποι για την εύρεση κατάλληλων υποψηφίων, μεταξύ των οποίων:

- Ανάρτηση αγγελίας σε εφημερίδα
- Ημέρες καριέρας
- Προσέλκυσή προσωπικού μέσω γνωριμιών
- Τοπική κοινωνία
- Ανώτερα και ανώτατα εκπαιδευτικά Ιδρύματα
- Ανάρτηση αγγελίας διαδικτυακά (LinkedIn, Kariera κα)

Κατά την ολοκλήρωση της διαδικασίας προσέλκυσης υποψηφίων για τις κενές θέσεις της εταιρείας, αναδύεται το επόμενο βήμα: η προνοητική αξιολόγηση των υποψηφίων. Αυτό το στάδιο στοχεύει στον εντοπισμό υποψηφίων που διαθέτουν τα απαραίτητα χαρακτηριστικά που συμβαδίζουν με τους στρατηγικούς στόχους της εταιρείας και το πνεύμα της επιχείρησης.

Προκειμένου να αποφευχθούν ανακρίβειες στην επιλογή, πολλές εταιρείες υιοθετούν τη μέθοδο της δοκιμαστικής περιόδου, κατά την οποία οι εργαζόμενοι υποβάλλονται πρώτα σε εκπαίδευση και στη συνέχεια αξιολογούνται στην πράξη στα καθήκοντά τους. Αυτή η διαδικασία δίνει επίσης τη δυνατότητα στους υποψηφίους να εκτιμήσουν εάν μπορούν να ανταπεξέλθουν στις τρέχουσες απαιτήσεις.

Σύστημα Αξιολόγησης Εργαζομένων

Ένα σύστημα αξιολόγησης εργαζομένων προσδιορίζεται για εφαρμογή κάθε εξαμήνου, προκειμένου να προβούν οι εργαζόμενοι σε εκτίμηση της απόδοσής τους. Αυτή η αξιολόγηση θα βασίζεται σε κριτήρια όπως στόχοι και δείκτες απόδοσης (KPIs). Τα ανώτερα στελέχη θα διενεργούν παράλληλα τη δική τους αξιολόγηση, με τον στόχο να εξετάσουν την σύμφωνη ή αντίθετη άποψη τους.

Τα αποτελέσματα αυτής της διαδικασίας θα αποτελούν βάση για συστάσεις που θα γίνονται στην περίπτωση χαμηλής απόδοσης. Αντίστοιχα, μπορεί να ανοίγεται συζήτηση για αυξήσεις μισθού ή προαγωγές ανάλογα με τις αξιολογήσεις.

Οι παράγοντες που θα εξετάζονται κυρίως θα περιλαμβάνουν την απόδοση στην εργασία, τη γνώση του αντικειμένου, την ανάπτυξη ικανοτήτων, το ομαδικό πνεύμα, την ικανότητα επίλυσης προβλημάτων, την αφοσίωση στον οργανισμό, την πρωτοβουλία, τη συνέπεια και την ευελιξία.

Σύστημα Αξιολόγησης από Πελάτες

Για την ανάπτυξη ενός συστήματος αξιολόγησης, το οποίο θα χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση των εργαζομένων, καθώς και τη βελτίωση των υπηρεσιών της ξενοδοχειακής μονάδας, επισημαίνεται η σημασία της προσδιορισμένης διαδικασίας. Κατά τη διάρκεια του check-out, θα ζητείται από τους πελάτες να συμπληρώσουν μια σχετική φόρμα αξιολόγησης. Αυτή η φόρμα περιλαμβάνει μια κλίμακα Likert από 1 έως 5 για την αξιολόγηση των ακόλουθων πτυχών:

- Της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών.
- Της επικοινωνίας με το προσωπικό.
- Της ευελιξίας στην εξυπηρέτηση.
- Της συνέπειας στην παροχή υπηρεσιών.
- Της γνώσης του προσωπικού σχετικά με την εργασία τους.

Το σύστημα αυτό θα αποτελέσει ένα χρήσιμο εργαλείο για τη συλλογή αξιόπιστων απόψεων από τους πελάτες, προσφέροντας μια ποιοτική βάση για τη βελτίωση των υπηρεσιών μας και την ανάδειξη πιθανών προβλημάτων.

Κόστος μισθοδοσίας

Η ανάλυση του κόστους μισθοδοσίας αποτυπώνεται στον παρακάτω πίνακα, παρέχοντας μια λεπτομερή εικόνα του ετήσιου κόστους ανά θέση εργασίας. Επιπλέον, λαμβάνει υπόψη τα επιδόματα δώρου Χριστουγέννων και Πάσχα/καλοκαιριού.

Το συνολικό ετήσιο κόστος μισθοδοσίας ανέρχεται στο ποσό των €823,000. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι ο υπολογισμός αυτός λαμβάνει υπόψη την επάρκεια προσωπικού για τα πρώτα 5 χρόνια λειτουργίας του ξενοδοχείου, κατά συνέπεια ότι δεν απαιτούνται περαιτέρω προσλήψεις για τη στελέχωση της μονάδας.

Κατηγορία	Περιγραφή θέσης	Αριθμός εργαζομένων	Μισθός ανά εργαζόμενο	Μηνιαίο κόστος μισθοδοσίας	Ετήσιο κόστος μισθοδοσίας (12+2 μισθοί)
Reception	Front office manager	1	1.100	1.100	15.400
	Receptionist (5 χρόνια προϋπηρεσία)	4	1.000	4.000	56.000
	Receptionist (νέοι στον κλάδο)	3	780	2.340	32.760
Service	F&B Manager	1	1.000	1.000	14.000
	Barmen	4	850	3.400	47.600
	Σερβιτόροι	3	850	2.550	35.700
	Βοηθοί	3	780	2.340	32.760
Εστιατόριο	Executive chef	1	2.800	2.800	39.200
	Sous chef	1	1.800	1.800	25.200
	Pastry chef	1	910	910	12.740
	A' μάγειρες	2	850	1.700	23.800
	B' μάγειρες	2	780	1.560	21.840
	Λαντζιέρηδες	2	780	1.560	21.840
Housekeeping	Housekeeping manager	1	910	910	12.740
	Καμαριέρες	7	780	5.460	76.440
Back office	Sales & Marketing manager	1	2.000	2.000	28.000
	Accounting manager	1	850	850	11.900
	Λογιστές	2	780	1.560	21.840
Συντήρηση και ασφάλεια	Εργάτες σε αποθήκες	2	780	1.560	21.840
	Προϊστάμενος συντήρησης	1	850	850	11.900
	Συντηρητές	2	780	1.560	21.840
	Υπάλληλοι security	4	800	3.200	44.800
Διεύθυνση	Διευθυντής	1	5.000	5.000	70.000
	Γραμματεία	1	800	800	11.200
Λοιπές ειδικότητες	Ναυαγοσώστης	3	850	2.550	35.700
	Οδηγός	4	780	3.120	43.680
	Θεραπευτής Σπα	3	780	2.340	32.760
Σύνολο		61		58.820	823.480

Πίνακας 13 Κόστος Μισθοδοσίας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 Τοποθεσία-Χώρος εγκατάστασης- Περιβάλλον

Κτιριακές Εγκαταστάσεις & Περιβάλλοντας Χώρος

Στον κατάλογο των κτιριακών εγκαταστάσεων και του περιβάλλοντος χώρου, αναδεικνύονται ορισμένες σημαντικές πληροφορίες που αφορούν τον χώρο της ξενοδοχειακής μονάδας:

Το συνολικό εμβαδό του οικοπέδου όπου θα κατασκευαστεί η ξενοδοχειακή μονάδα εκτείνεται σε 4,000 τετραγωνικά μέτρα.

Η αξία αυτού του εδάφους έχει αξιολογηθεί από έναν ανεξάρτητο εκτιμητή ακινήτων και ανέρχεται σε **600,000 ευρώ**.

Οι κτιριακές δομές που πρόκειται να κατασκευαστούν θα καλύπτουν έκταση 2,000 τετραγωνικών μέτρων, ενώ ο υπόλοιπος χώρος, περιλαμβανομένων κήπων και θέσεων στάθμευσης, θα καλύψει τα υπόλοιπα 2,000 τετραγωνικά μέτρα. Το συνολικό κόστος κατασκευής της ξενοδοχειακής μονάδας εκτιμάται στα **5 εκατομμύρια ευρώ**.

Οι δομές του ξενοδοχείου θα περιλαμβάνουν δύο κτίρια:

Το κύριο κτίριο έκτασης 1,000 τετραγωνικών μέτρων, το οποίο θα φιλοξενεί τα δωμάτια των επισκεπτών, χώρους υποδοχής, εστίασης, εκδηλώσεων, χώρους ευεξίας (Σπα) και υπόγεια διαμερίσματα που θα χρησιμοποιηθούν ως γραφεία, πλυντήρια και αποθήκες.

Το δευτερεύον κτίριο αντίστοιχης έκτασης 1,000 τετραγωνικών μέτρων στο οποίο θα φιλοξενηθεί το εστιατόριο, το μπαρ, η κουζίνα, το Σπα και η πισίνα (150 τετραγωνικά μέτρα).

Για να εξασφαλιστεί ότι το ξενοδοχείο θα πληροί τα υψηλά πρότυπα που έχουν καθορίσει οι ιδρυτές, θα πραγματοποιηθούν εργασίες που θα οδηγήσουν στη δημιουργία ενός μοντέρνου και λειτουργικού χώρου, που θα ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις ακόμα και των πιο απαιτητικών πελατών.

Το έργο της κατασκευής των κτιριακών δομών και της αναδιαμόρφωσης του περιβάλλοντος χώρου, έχει ανατεθεί σε μια εξαιρετικά ικανή κατασκευαστική εταιρεία, εξειδικευμένη στα έργα υποδομής. Η εν λόγω εταιρεία αναλαμβάνει την υλοποίηση όλων των απαραίτητων εργασιών για την κατασκευή των κτιρίων, με γνώμονα την τήρηση των αυστηρών προδιαγραφών που καθορίζονται από την ισχύουσα νομοθεσία και τα διεθνή πρότυπα στον τομέα της αειφόρου οικοδόμησης.

Τοποθεσία

Η ιδανική τοποθεσία για τη δημιουργία αυτής της εξαιρετικής ξενοδοχειακής μονάδας αποκαλύπτεται στον πανέμορφο Ναύπλιο. Το κτήμα αυτό αποτελεί περιουσιακό στοιχείο του επενδυτή, ο οποίος επιδιώκει να το ενσωματώσει στην εταιρεία ως συνεισφορά κεφαλαίου.

Το παραθαλάσσιο οικόπεδο προσφέρει μια εκθαμβωτική πανοραμική θέα, ενώ η

σχετικά άμεση πρόσβαση στην οδική αρτηρία Εθνικής Οδού Αθηνών- Κορίνθου διευκολύνει τη μετακίνηση των επισκεπτών. Επιπλέον, η περιοχή προσφέρει μια πληθώρα υπέροχων ακτών υψηλής ποιότητας, προσφέροντας μια μοναδική ευκαιρία για αξέχαστες εμπειρίες στους επισκέπτες.

Σημαντικό είναι και το γεγονός πως η απόσταση από τον διεθνή αερολιμένα Αθηνών, περίπου 160 χιλιόμετρα, διασφαλίζει την εύκολη πρόσβαση, καθιστώντας την ξενοδοχειακή μονάδα σχετικά κοντινό προορισμό γύρω από την αττική για τους ταξιδιώτες που χρησιμοποιούν τον αεροπορικό τρόπο μετακίνησης.

Περιβάλλον

Η προστασία του περιβάλλοντος έχει θεμελιώδη σημασία για τον σχεδιασμό αυτής της ξενοδοχειακής μονάδας. Για τον λόγο αυτό, στην κατασκευή του κτιρίου θα γίνει χρήση υλικών που πληρούν τις υψηλές περιβαλλοντικές προδιαγραφές όπως καθορίζει η ελληνική νομοθεσία. Η ανέγερση των κτιρίων θα συμμορφώνεται με τον πολεοδομικό σχεδιασμό, ενσωματώνοντας το κτίριο αρμονικά στο περιβάλλον. Επιπρόσθετα, προβλέπεται η χρήση βιολογικού συστήματος επεξεργασίας λυμάτων για τη διαχείριση των αποβλήτων.

Ο εξωτερικός χώρος θα διακοσμηθεί με δέντρα, χαμηλά και ψηλά, που ανταποκρίνονται στο κλίμα της περιοχής.

Η λειτουργία της ξενοδοχειακής μονάδας θα βασίζεται σε ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές που είναι υψηλά αποδοτικές και καταναλώνουν ελάχιστη ηλεκτρική ενέργεια.

Ο χώρος θα θερμαίνεται και θα ψύχεται με αντλίες θερμότητας, την προοδευτική επιλογή για την εσωτερική άνεση.

Επιπλέον, η οροφή του κτηρίου θα εξοπλιστεί με ηλιακούς συλλέκτες ενέργειας, τομείς που θα παράγουν ηλεκτρικό ρεύμα και θα συμβάλλουν στη θέρμανση του νερού. Με αυτόν τον τρόπο, δεν προστατεύεται μόνο το περιβάλλον, αλλά μειώνεται σημαντικά και το κόστος λειτουργίας της μονάδας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9 Προγραμματισμός και προϋπολογισμός εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου

Ο κεντρικός στόχος του επενδυτή αποβλέπει στην άρτια εκκίνηση της λειτουργίας της νέας επιχειρηματικής μονάδας εντός ενός ετήσιου χρονικού πλαισίου από τη στιγμή της ίδρυσής της. Για την επίτευξη αυτού του στόχου, ο προγραμματισμός αποτελεί αναγκαίο βήμα. Πιο αναλυτικά, ο προγραμματισμός περιλαμβάνει τα εξής:

- ο Καθορισμό της Ομάδας Επίβλεψης και Εκτέλεσης του Έργου.
- ο Τη δημιουργία ενός λεπτομερούς χρονοδιαγράμματος, το οποίο αναδεικνύει τα διάφορα στάδια που πρέπει να ακολουθηθούν από την ομάδα επίβλεψης του έργου. Αυτό το χρονοδιάγραμμα περιγράφει σαφώς και καθαρά τις απαιτούμενες ενέργειες και εργασίες που πρέπει να ολοκληρωθούν προτού η επιχείρηση ξεκινήσει τη λειτουργία της, συμπεριλαμβανομένων των συγκεκριμένων οροσήμων και παραδοτέων με ακριβείς ημερομηνίες.
- ο Καθορισμό ενός προϋπολογισμού που θα καλύπτει το κόστος των ενεργειών που περιλαμβάνονται στο χρονοδιάγραμμα, καθώς και την προσδιορισμό των πηγών χρηματοδότησης για αυτόν τον σκοπό.

Αυτές οι δράσεις αποτελούν κρίσιμα βήματα προκειμένου να διασφαλιστεί η υλοποίηση του στόχου, η έναρξη λειτουργίας της ξενοδοχειακής μονάδας εντός της προθεσμίας ενός έτους από την ίδρυσή της.

Ομάδα Επίβλεψης και Εκτέλεσης Έργου

Η επιλογή και δημιουργία της ομάδας που θα επιμεληθεί την επίβλεψη και εκτέλεση του έργου αποτελεί αναμφίβολα ένα κρίσιμο και απαιτητικό βήμα για την αποτελεσματική υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου. Είναι αναγκαίο να διατηρηθεί μεγάλη προσοχή κατά την επιλογή των μελών αυτής της ομάδας, λαμβάνοντας υπόψη τις μοναδικές ικανότητες και δεξιότητες κάθε μέλους, ούτως ώστε να μπορέσουν να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις της αποστολής τους.

Στον ρόλο του επικεφαλής της ομάδας προτείνεται να βρίσκεται ένας εξαιρετικά έμπειρος **εκπρόσωπος του επενδυτή**, ο οποίος έχει αναγνωρισμένη γνώση και πλούσια πείρα στον τομέα της ξενοδοχείων. Ο επικεφαλής αυτός πρέπει να διαθέτει τα προσόντα για τον συντονισμό και την επίβλεψη των διαφόρων σταδίων του χρονοδιαγράμματος. Αυτός ο εκπρόσωπος του επενδυτή θα έχει τον κρίσιμο ρόλο της επιλογής των ατόμων που θα απαρτίσουν τις υποομάδες επίβλεψης και εκτέλεσης, διασφαλίζοντας ότι κάθε ένας θα συμβάλει με τις μοναδικές του ικανότητες στην επιτυχία του έργου.

Ενδεικτικά, προτείνετε τη δημιουργία των ακόλουθων υποομάδων:

- **Ομάδα Διοίκησης:**
 - ο Ένας έμπειρος λογιστής θα αναλάβει τη σύνταξη, την υποβολή απαιτούμενων εγγράφων, και τη διαχείριση των λογιστικών βιβλίων μέχρι την ημερομηνία έναρξης λειτουργίας.

- Ένας δικηγόρος με ειδικευση στις άδειες λειτουργίας και τη νομική συμμόρφωση θα αντιμετωπίσει τα νομικά και ρυθμιστικά θέματα που ενδέχεται να προκύψουν.
- Ομάδα Τεχνικού Σχεδιασμού:
 - Ένας μηχανικός θα είναι υπεύθυνος για την παρακολούθηση και την επίβλεψη της έγκαιρης ολοκλήρωσης των τεχνικών έργων, ενώ η εξειδικευμένη γνώση θα αποτελεί βασικό εργαλείο.
- Ομάδα Μάρκετινγκ:
 - Δύο υπάλληλοι μάρκετινγκ με προϋπηρεσία και εμπειρία στον τουριστικό κλάδο, θα αναλάβουν τη δημιουργία της ιστοσελίδας του ξενοδοχείου και τον σχεδιασμό του δικτύου συνεργασίας με τους tour operators. Η δραστηριότητα της ομάδας αυτής αναμένεται να δώσει
 - έμφαση στον επιτυχημένο χαρακτήρα του ξενοδοχείου και
 - στη δημιουργία ισχυρής παρουσίας στην αγορά.

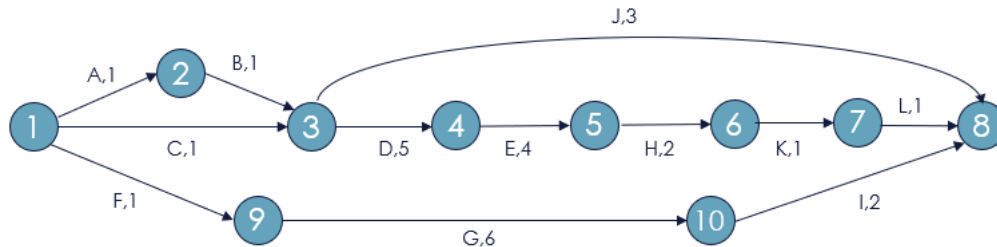
Στάδια εκτέλεσης Έργου

Στα πλαίσια του προγραμματισμού εκτέλεσης του έργου, παρουσιάζεται παρακάτω το διάγραμμα Gantt, το οποίο προσφέρει μια λεπτομερή ανάλυση των απαραίτητων εργασιών από την ίδρυση της Εταιρείας μέχρι την επίσημη έναρξη της λειτουργίας της. Σημαντικός πυλώνας αυτού του προγράμματος είναι να διασφαλιστεί ότι η επιχείρηση θα είναι λειτουργική έως την 01/06/2024, προκειμένου να ανταποκριθεί στην αυξημένη ζήτηση κατά την καλοκαιρινή περίοδο. Για την υλοποίηση αυτού του στόχου, απαιτείται η ακριβής τήρηση των χρονοδιαγραμμάτων και των προβλεπόμενων ημερομηνιών παράδοσης από τις αρμόδιες ομάδες.

	Εργασίες	Μήνες												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
A	Σχέδια και μελέτες	■												
B	Έκδοση αδειών εργασίας		■											
C	Παραλαβή οικοδομικών υλικών		■											
D	Κατασκευή μονάδας (εξωτερικού χώρου)			■	■	■	■	■						
E	Κατασκευή μονάδας (εσωτερικού χώρου)							■	■	■	■			
F	Δημιουργία ιστοσελίδας					■								
G	Δημιουργία δικτύου με tour operators					■	■	■	■	■	■			
H	Παραλαβή και εγκατάσταση εξοπλισμού										■	■		
I	Στελέχωση και εκπαίδευση προσωπικού											■	■	
J	Διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου										■	■	■	
K	Εσωτερική διακόσμηση												■	
L	Εγκατάσταση ηλεκτρικών συσκευών													■

Γράφημα 8 Διάγραμμα Gantt

Σχετικά με τα στάδια εκτέλεσης του έργου, προτείνετε και η αξιολόγηση του διαγράμματος CPM, το οποίο παρουσιάζει σαφώς τις εργασίες που πρέπει να πραγματοποιηθούν προκειμένου να διασφαλιστεί η ομαλή πρόοδος του έργου.



Γράφημα 9 Διάγραμμα CPM

	Εργασίες
A	Σχέδια και μελέτες
B	Έκδοση αδειών εργασίας
C	Παραλαβή οικοδομικών υλικών
D	Κατασκευή Μονάδας (Εσωτερικού Χώρου)
E	Κατασκευή Μονάδας (Εξωτερικού Χώρου)
F	Δημιουργία Ιστοσελίδας
G	Δημιουργία Δικτύου με Tour Operators
H	Παραλαβή και Εγκατάσταση Εξοπλισμού
I	Στελέχωση και εκπαίδευση προσωπικού
J	Διαμόρφωση Περιβάλλοντος χώρου
K	Εσωτερική διακόσμηση
L	Εγκατάσταση Ηλεκτρικών συσκευών

Πίνακας 14 Εκτέλεση Εργασιών

Προϋπολογισμός έργου

Εν κατακλείδι, αναφορικά με τον προϋπολογισμό του έργου, αυτός καλύπτει το σύνολο των αναγκαίων οικονομικών πόρων από την αρχική ίδρυση της εταιρείας, τον Μάιο του 2023, μέχρι την πρώτη μέρα λειτουργίας της, τον Ιούνιο του 2024.

Δεδομένου ότι κατά τη διάρκεια αυτής της φάσης η μονάδα δεν θα δημιουργεί έσοδα, θα χρειαστεί να εξεύρετε την ανάλογη χρηματοδότηση μέσω δανείων ή τη χρήση ιδίων κεφαλαίων. Στον πίνακα που ακολουθεί, παρουσιάζονται λεπτομερώς οι δαπάνες που πρέπει να καλυφθούν πριν την έναρξη της λειτουργίας.

Περιγραφή	Ύψος
Πιστοποιητικά και άδειες	10.000
Αμοιβή Ομάδας Διοίκησης	10.000
Μηχανολογικά Σχέδια	8.000
Αμοιβή Ομάδας Μάρκετινγκ	8.000
Εκπαίδευση Προσωπικού	6.000
Αμοιβή Τεχνικής Ομάδας	6.000
Κόστη Φύλαξης	5.000
Αγορά Ά Υλών πριν την Έναρξη	5.000
Σύσταση Εταιρείας	2.000
Σύνολο	60.000

Πίνακας 15 Κόστος Εκτέλεσης Έργων

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Εκτίμηση κόστους Επένδυσης

Εδώ θα γίνει μια παρουσίαση του συνόλου του κόστους της επένδυσης αυτής, καθώς και του τρόπου που αυτό θα χρηματοδοτηθεί.

Κόστη επένδυσης	Ύψος	Πηγή χρηματοδότησης	Ύψος
Αξία οικοπέδου	600.000	Εισφορά οικοπέδου από Επενδυτή	600.000
Κατασκευή μονάδας	5.000.000	Τραπεζικός δανεισμός	4.485.000
Αγορά εξοπλισμού	534.250	Καταβολή μετοχικού κεφαλαίου	1.121.250
Κόστος μελέτης σκοπιμότητας	12.000		
Δαπάνες προ λειτουργίας	60.000		
Σύνολο	6.206.250	Σύνολο	6.206.250

Πίνακας 16 Συνολικό Κόστος Επένδυσης

Όπως έχει προαναφερθεί το οικόπεδο αποτελεί μέρος της ιδιοκτησίας του Επενδυτή και θα δοθεί έναντι μετοχικού κεφαλαίου. Συνεπώς τα κόστη επένδυσης για τα οποία απαιτείται χρηματοδότηση είναι τα εξής:

- Κόστος απόκτησης του απαραίτητου εξοπλισμού
- Κόστος κατασκευής της μονάδας
- Κόστος μελέτης σκοπιμότητας

Η προτεινόμενη διαμόρφωση του χρηματοδοτικού πλάνου είναι η εξής:

- το 80% του ανωτέρω κόστους επένδυσης, ήτοι €4,5εκ, μέσω τραπεζικού δανεισμού (15 έτη αποπληρωμής, 5% επιτόκιο)
- Το υπολειπόμενο 20%, ήτοι €1,2εκ, μέσω καταβολής μετοχικού κεφαλαίου από τον επενδυτή

Υπολογισμός Αποσβέσεων

Στους πίνακες που ακολουθούν αναλύεται η μέθοδος με την οποία υπολογίστηκαν οι αποσβέσεις για την κάθε κατηγορία ακινήτου. Συγκεντρωτικά στον τελευταίο πίνακα παρουσιάζεται το σύνολο όλων των αποσβέσεων, το οποίο επιβαρύνει τα αποτελέσματα της εταιρείας.

Ξενοδοχειακή μονάδα

Νόμισμα: €	ΟΕ1Ε	ΟΕ2Ε	ΟΕ3Ε	ΟΕ4Ε	ΟΕ5Ε
Αρχικό υπόλοιπο	0	4.600.000	4.200.000	3.800.000	3.400.000
Προσθήκες	5.000.000	0	0	0	0
Αποσβέσεις	(400.000)	(400.000)	(400.000)	(400.000)	(400.000)
Τελικό υπόλοιπο	4.600.000	4.200.000	3.800.000	3.400.000	3.000.000

Συντελεστής απόσβεσης

8%

Εξοπλισμός

Νόμισμα: €	ΟΕ1Ε	ΟΕ2Ε	ΟΕ3Ε	ΟΕ4Ε	ΟΕ5Ε
Αρχικό υπόλοιπο	0	480.825	427.400	373.975	320.550
Προσθήκες	534.250	0	0	0	0
Αποσβέσεις	(53.425)	(53.425)	(53.425)	(53.425)	(53.425)
Τελικό υπόλοιπο	480.825	427.400	373.975	320.550	267.125

Συντελεστής απόσβεσης

10%

Κεφαλαιοποιημένα έξοδα

Νόμισμα: €	ΟΕ1Ε	ΟΕ2Ε	ΟΕ3Ε	ΟΕ4Ε	ΟΕ5Ε
Αρχικό υπόλοιπο	0	64.800	57.600	50.400	43.200
Προσθήκες	72.000	0	0	0	0
Αποσβέσεις	(7.200)	(7.200)	(7.200)	(7.200)	(7.200)
Τελικό υπόλοιπο	64.800	57.600	50.400	43.200	36.000

Συντελεστής απόσβεσης

10%

Αποσβέσεις

Νόμισμα: €	ΟΕ1Ε	ΟΕ2Ε	ΟΕ3Ε	ΟΕ4Ε	ΟΕ5Ε
Ξενοδοχείο	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000
Εξοπλισμός	53.425	53.425	53.425	53.425	53.425
Κεφαλαιοποιημένα έξοδα	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200
Σύνολο	460.625	460.625	460.625	460.625	460.625

Πίνακας 17 Αποσβέσεις πάγιων επενδύσεων

Κεφάλαιο Κίνησης – Υπολογισμός Αποθέματος

Προκειμένου να καταστεί εφικτός ο υπολογισμός των αποθεμάτων ορίζονται τα εξής:

- Η ταχύτητα κυκλοφορίας των αποθεμάτων τροφίμων αναμένεται να εξελίσσεται εντός 20 ημερών.
- Το χρονικό διάστημα που υπολογίζεται για την κυκλοφορία των αποθεμάτων των ποτών εκτιμάται σε 100 ημέρες.
- Η κυκλοφορία των υπόλοιπων αποθεμάτων αναμένεται να πραγματοποιείται εντός περιόδου 60 ημερών.
- Τέλος, αναφορικά με τα αποθέματα καθαριστικών και απορρυπαντικών, προβλέπεται ότι η ταχύτητα κυκλοφορίας τους θα είναι σε συντομότερο χρονικό διάστημα και ορίζεται στις 40 ημέρες.

Νόμισμα: €	ΟΕ1Ε	ΟΕ2Ε	ΟΕ3Ε	ΟΕ4Ε	ΟΕ5Ε
Αγορές					
Τρόφιμα	250.000	257.500	265.225	273.182	281.377
Ποτά	10.000	10.300	10.609	10.927	11.255
Λοιπά	8.000	8.240	8.487	8.742	9.004
Καθαριστικά	1.200	1.236	1.273	1.311	1.351
Απορρυπαντικά	800	824	849	874	900
Κυκλοφοριακή ταχύτητα αποθέματος (DIO)					
Τρόφιμα	20	20	20	20	20
Ποτά	100	100	100	100	100
Λοιπά	60	60	60	60	60
Καθαριστικά	40	40	40	40	40
Απορρυπαντικά	40	40	40	40	40
Αποθέματα					
Τρόφιμα	13.699	14.110	14.533	14.969	15.418
Ποτά	2.740	2.822	2.907	2.994	3.084
Λοιπά	1.315	1.355	1.395	1.437	1.480
Καθαριστικά	132	135	140	144	148
Απορρυπαντικά	88	90	93	96	99
Σύνολο αποθεμάτων	17.973	18.512	19.067	19.639	20.228

Πίνακας 18 Υπολογισμός Αποθέματος

Κεφάλαιο Κίνησης – Υπολογισμός απαιτήσεων από πελάτες

Προκειμένου να υπολογιστούν οι απαιτήσεις των πελατών πραγματοποιήθηκαν οι παρακάτω προβλέψεις:

- Ο απαιτούμενος χρόνος για την είσπραξη των εσόδων από διανυκτερεύσεις εκτιμάται σε 10 ημέρες.
- Τα έσοδα από το μπαρ, το εστιατόριο και το Σπα θα εισπράττονται με μετρητά.
- Όσον αφορά τα έσοδα από τις εκδηλώσεις, προβλέπεται η είσπραξη τους να διενεργείται εντός 60 ημερών.

Νόμισμα: €	OE1E	OE2E	OE3E	OE4E	OE5E
Έσοδα					
Διανυκτερεύσεις	1.773.360	1.990.800	2.066.760	2.142.720	2.215.440
Εστιατόριο	319.205	358.344	372.017	385.690	398.779
Μπαρ	141.869	159.264	165.341	171.418	177.235
Σπα	283.738	318.528	330.682	342.835	354.470
Εκδηλώσεις	88.668	99.540	103.338	107.136	110.772
Ημέρες είσπραξης (DSO)					
Διανυκτερεύσεις	10	10	10	10	10
Εστιατόριο	0	0	0	0	0
Μπαρ	0	0	0	0	0
Σπα	0	0	0	0	0
Εκδηλώσεις	60	60	60	60	60
Απαιτήσεις από πελάτες					
Διανυκτερεύσεις	48.585	54.542	56.624	58.705	60.697
Εστιατόριο	0	0	0	0	0
Μπαρ	0	0	0	0	0
Σπα	0	0	0	0	0
Εκδηλώσεις	14.576	16.363	16.987	17.611	18.209
Σύνολο απαιτήσεων	63.161	70.905	73.611	76.316	78.906

Πίνακας 19 Υπολογισμός απαιτήσεων από πελάτες

Προκειμένου να υπολογιστούν οι εμπορικές υποχρεώσεις πραγματοποιήθηκαν οι παρακάτω προβλέψεις:

- Η μισθοδοσία αναμένεται να καταβάλλεται άμεσα χωρίς χρονικές καθυστερήσεις.
- Οι δαπάνες που αφορούν ρεύμα και νερό θα εξοφλούνται εντός χρονικού διαστήματος 60 ημερών.
- Τέλος, όσον αφορά τις δαπάνες για καύσιμα και τα έξοδα μάρκετινγκ προβλέπεται ότι θα αποπληρώνονται εντός περιόδου 30 ημερών.

Νόμισμα: €	ΟΕ1Ε	ΟΕ2Ε	ΟΕ3Ε	ΟΕ4Ε	ΟΕ5Ε
Έξοδα					
Μισθοδοσία	823.480	823.480	823.480	823.480	823.480
Ηλεκτρική ενέργεια	12.000	12.360	12.731	13.113	13.506
Ύδρευση	700	721	743	765	788
Καύσιμα	8.000	8.240	8.487	8.742	9.004
Έξοδα μάρκετινγκ	79.801	89.586	93.004	96.422	99.695
Ημέρες αποπληρωμής (DPO)					
Μισθοδοσία	0	0	0	0	0
Ηλεκτρική ενέργεια	60	60	60	60	60
Ύδρευση	60	60	60	60	60
Καύσιμα	30	30	30	30	30
Έξοδα μάρκετινγκ	30	30	30	30	30
Εμπορικές υποχρεώσεις					
Μισθοδοσία	0	0	0	0	0
Ηλεκτρική ενέργεια	1.973	2.032	2.093	2.156	2.220
Ύδρευση	115	119	122	126	130
Καύσιμα	658	677	698	719	740
Έξοδα μάρκετινγκ	6.559	7.363	7.644	7.925	8.194
Σύνολο εμπορικών υποχρεώσεων	9.304	10.191	10.557	10.925	11.284

Πίνακας 20 Σύνολο Εμπορικών Υποχρεώσεων

Τραπεζικός Δανεισμός

Νόμισμα: €	ΟΕ1Ε	ΟΕ2Ε	ΟΕ3Ε	ΟΕ4Ε	ΟΕ5Ε
Αρχικό υπόλοιπο	0	4.186.000	3.887.000	3.588.000	3.289.000
Λήψη δανεισμού	4.485.000	0	0	0	0
Αποπληρωμή κεφαλαίου	(299.000)	(299.000)	(299.000)	(299.000)	(299.000)
Τελικό υπόλοιπο	4.186.000	3.887.000	3.588.000	3.289.000	2.990.000
Τόκοι	104.650	201.825	186.875	171.925	156.975

Πίνακας 21 Τραπεζικός Δανεισμός

Σημαντική προϋπόθεση για την επιτυχή διεξαγωγή του επιχειρηματικού σχεδίου είναι η λήψη τραπεζικού δανεισμού ύψους 4,5 εκατομμυρίων ευρώ.

Ο ορίζοντας αποπληρωμής του εν λόγω δανείου εκτιμάται στα 15 έτη, δημιουργώντας ένα μακροπρόθεσμο οικονομικό πλαίσιο για την επιχείρηση.

Επιπλέον, το προβλεπόμενο επιτόκιο για το δάνειο ανέρχεται στο 5%, δημιουργώντας μια βιώσιμη χρηματοοικονομική δομή για την αποπληρωμή των δανειακών υποχρεώσεων.

Ύψος δανεισμού	4.485.000
Έτη αποπληρωμής	15
Επιτόκιο	5%

Πίνακας 22 Ύψος Δανεισμού, Έτη Αποπληρωμής, Επιτόκιο

Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως

Στον πίνακα που ακολουθεί αποτυπώνεται η κατάσταση των αποτελεσμάτων χρήσης της εταιρείας κατά την πενταετία που εξετάζεται στην εν λόγω μελέτη σκοπιμότητας. Τα στοιχεία που πρέπει να επισημανθούν είναι τα εξής:

- Η ξενοδοχειακή μονάδα επιδεικνύει ενθαρρυντικά λειτουργικά αποτελέσματα παρουσιάζοντας κέρδη προ φόρων, τόκων και αποσβέσεων (ΚΠΦΤΑ) με ένα εντυπωσιακό περιθώριο ΚΠΦΤΑ που κυμαίνεται από 52 ως 59%.
- Οι τόκοι σχετίζονται με τον τραπεζικό δανεισμό ύψους 4,5 εκατομμυρίων ευρώ που πρόκειται να λάβει η εταιρεία για την χρηματοδότηση του κόστους επένδυσης. Το επιτόκιο υπολογίζεται στο 5%.
- Ο υπολογισμός του φόρου εισοδήματος βασίζεται σε συντελεστή ίσο με 21%.
- Είναι σημαντικό να σημειωθεί πως η εταιρεία φαίνεται να εμφανίζει θετικά καθαρά αποτελέσματα κατά τη διάρκεια ολόκληρης της εξεταζόμενης χρονικής περιόδου των πέντε ετών.

Νόμισμα: €	0Ε1Ε	0Ε2Ε	0Ε3Ε	0Ε4Ε	0Ε5Ε
Έσοδα					
Διανυκτερεύσεις	1.773.360	1.990.800	2.066.760	2.142.720	2.215.440
Εστιατόριο	319.205	358.344	372.017	385.690	398.779
Μπαρ	141.869	159.264	165.341	171.418	177.235
Σπα	283.738	318.528	330.682	342.835	354.470
Εκδηλώσεις	88.668	99.540	103.338	107.136	110.772
Σύνολο εσόδων	2.606.839	2.926.476	3.038.137	3.149.798	3.256.697
Λειτουργικά έξοδα					
Μισθοδοσία	(823.480)	(823.480)	(823.480)	(823.480)	(823.480)
Α' ύλες	(296.000)	(304.880)	(314.026)	(323.447)	(333.151)
Έξοδα μάρκετινγκ	(79.801)	(89.586)	(93.004)	(96.422)	(99.695)
Λοιπά έξοδα	(44.000)	(45.320)	(46.680)	(48.080)	(49.522)
Σύνολο εξόδων	(1.243.281)	(1.263.266)	(1.277.190)	(1.291.430)	(1.305.848)
ΚΠΦΤΑ	1.363.558	1.663.210	1.760.947	1.858.369	1.950.849
Αποσβέσεις	(460.625)	(460.625)	(460.625)	(460.625)	(460.625)
ΚΠΦΤ	902.933	1.202.585	1.300.322	1.397.744	1.490.224
Τόκοι	(104.650)	(201.825)	(186.875)	(171.925)	(156.975)
ΚΠΦ	798.283	1.000.760	1.113.447	1.225.819	1.333.249
Φόρος εισοδήματος	(167.639)	(210.160)	(233.824)	(257.422)	(279.982)
Καθαρό αποτέλεσμα	630.644	790.600	879.623	968.397	1.053.267
KPIs					
Περιθώριο ΚΠΦΤΑ	52,3%	56,8%	58,0%	59,0%	59,9%
Περιθώριο καθαρού κέρδους	24,2%	27,0%	29,0%	30,7%	32,3%

Πίνακας 23 Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης

Κατάσταση Χρηματοοικονομικής Θέσης

Ο παρακάτω πίνακας αντικατοπτρίζει την οικονομική κατάσταση της Εταιρείας κατά την περίοδο των 5 ετών που καλύπτεται από την παρούσα μελέτη σκοπιμότητας.

Υπογραμμίζονται τα ακόλουθα:

- Το ενεργητικό της εταιρείας αποτελείται κυρίως από ενσώματα πάγια, συγκεκριμένα το οικόπεδο, η ξενοδοχειακή μονάδα και ο εξοπλισμός του ξενοδοχείου.
- Ο δανεισμός της εταιρείας μειώνεται σταδιακά κατά την προβλεπόμενη περίοδο, ως αποτέλεσμα των αποπληρωμών κεφαλαίου.
- Αναμένεται ότι ο δανεισμός θα εξοφληθεί πλήρως μέσα στα 15 επόμενα έτη, δηλαδή έως και το 2039.
- Τα ίδια κεφάλαια της εταιρείας σημειώνουν συνεχή αύξηση, ως αποτέλεσμα των επανειλημμένων κερδοφόρων αποτελεσμάτων.

Νόμισμα: €	OE1E	OE2E	OE3E	OE4E	OE5E
Μη κυκλοφορούν ενεργητικό					
Οικόπεδο	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Ξενοδοχείο	4.600.000	4.200.000	3.800.000	3.400.000	3.000.000
Εξοπλισμός	480.825	427.400	373.975	320.550	267.125
Κεφαλαιοποιημένα έξοδα	64.800	57.600	50.400	43.200	36.000
Σύνολο μη κυκλοφορούντος ενεργητικού	5.745.625	5.285.000	4.824.375	4.363.750	3.903.125
Κυκλοφορούν ενεργητικό					
Απόθεμα	17.973	18.512	19.067	19.639	20.228
Απαιτήσεις από πελάτες	63.161	70.905	73.611	76.316	78.906
Απαιτηση ΦΕ	0	134.112	168.128	187.059	205.938
Ταμείο	588.079	841.316	1.069.317	1.201.097	1.416.850
Σύνολο κυκλοφορούντος ενεργητικού	669.212	1.064.844	1.330.123	1.484.111	1.721.922
Σύνολο ενεργητικού	6.414.837	6.349.844	6.154.498	5.847.861	5.625.047
Ίδια κεφάλαια					
Μετοχικό κεφάλαιο	1.721.250	1.721.250	1.721.250	1.721.250	1.721.250
Αποτελέσματα εις νέον	330.644	521.244	600.867	569.264	622.531
Σύνολο ιδίων κεφαλαίων	2.051.894	2.242.494	2.322.117	2.290.514	2.343.781
Υποχρεώσεις					
Εμπορικές υποχρεώσεις	9.304	10.191	10.557	10.925	11.284
Δάνειο	4.186.000	3.887.000	3.588.000	3.289.000	2.990.000
Υποχρεωση ΦΕ	167.639	210.160	233.824	257.422	279.982
Σύνολο υποχρεώσεων	4.362.944	4.107.350	3.832.380	3.557.347	3.281.266
Σύνολο ιδίων κεφαλαίων και υποχρεώσεων	6.414.837	6.349.844	6.154.498	5.847.861	5.625.047

Πίνακας 24 Κατάσταση Χρηματοοικονομικής Θέσης

Κατάσταση Ταμειακών Ροών

Ο πίνακας που ακολουθεί αποτυπώνει το οικονομικό τοπίο των ταμειακών ροών της εταιρείας για τα πέντε έτη που μελετά η συγκεκριμένη μελέτη σκοπιμότητας.

Υπογραμμίζονται τα εξής σημεία:

- Οι ταμειακές ροές της εταιρείας αντλούνται κυρίως από τη συνεχή λειτουργική κερδοφορία (ΚΠΦΤΑ) της εταιρείας.
- Η κατασκευή της ξενοδοχειακής μονάδας καθώς και η απόκτηση του εξοπλισμού και η κάλυψη των προ- λειτουργικών εξόδων, θα χρηματοδοτηθούν μέσω δανεισμού (που αντιστοιχεί στο 80% του συνολικού κόστους) και των ιδίων κεφαλαίων του επενδυτή (που αντιστοιχεί στο 20% του συνολικού κόστους).
- Στον χρηματοοικονομικό προγραμματισμό περιλαμβάνεται η εξόφληση του φόρου εισοδήματος της προηγούμενης χρονιάς, καθώς και η καταβολή 80% του φόρου εισοδήματος της χρονιάς που ακολουθεί, σύμφωνα με την φορολογική νομοθεσία.
- Το σύνολο των αποπληρωμών κεφαλαίου ανέρχεται στο ποσό του 1,5 εκατομμυρίου ευρώ, ενώ οι αποπληρωμές τόκων αγγίζουν τις 822 χιλιάδες ευρώ.
- Τέλος, πρόκειται να διατεθούν μερίσματα ύψους 3,7 εκατομμύριων ευρώ κατά τη διάρκεια της επικείμενης περιόδου.

Νόμισμα: €	ΟΕ1Ε	ΟΕ2Ε	ΟΕ3Ε	ΟΕ4Ε	ΟΕ5Ε
ΚΠΦΤΑ	1.363.558	1.663.210	1.760.947	1.858.369	1.950.849
Μεταβολές κεφαλαίου κίνησης					
Απόθεμα	(17.973)	(539)	(555)	(572)	(589)
Απαιτήσεις	(63.161)	(7.744)	(2.705)	(2.705)	(2.590)
Υποχρεώσεις	9.304	887	366	368	359
Σύνολο μεταβολών κεφαλαίου κίνησης	(71.829)	(7.397)	(2.895)	(2.909)	(2.820)
Αποπληρωμή φόρου εισοδήματος	0	(301.751)	(244.176)	(252.755)	(276.300)
Κατασκευή ξενοδοχειακής μονάδας	(5.000.000)	0	0	0	0
Αγορές εξοπλισμού	(534.250)	0	0	0	0
Αποπληρωμή εξόδων προ λειτουργίας	(72.000)	0	0	0	0
Εισφορά μετοχικού κεφαλαίου	1.121.250	0	0	0	0
Λήψη δανεισμού	4.485.000	0	0	0	0
Μερίσματα	(300.000)	(600.000)	(800.000)	(1.000.000)	(1.000.000)
CFADS	991.729	754.062	713.876	602.704	671.728
Αποπληρωμές δανεισμού	(299.000)	(299.000)	(299.000)	(299.000)	(299.000)

Αποπληρωμές τόκων	(104.650)	(201.825)	(186.875)	(171.925)	(156.975)
Μεταβολή ταμειακών διαθεσίμων	588.079	253.237	228.001	131.779	215.753
Αρχικό ταμείο	0	588.079	841.316	1.069.317	1.201.097
Τελικό ταμείο	588.079	841.316	1.069.317	1.201.097	1.416.850
					1.416.851

Πίνακας 25 Κατάσταση Ταμειακών Ροών

Αξιολόγηση επένδυσης – Περίοδος επανείσπραξης (payback period)

Η περίοδος επανείσπραξης (payback period method) αποκαλύπτει τον χρονικό ορίζοντα, κατά τον οποίο το επενδυτικό έργο θα ανταμείψει την αρχική του κεφαλαιακή δέσμη.

Ως αρχική επένδυση ορίζεται το μετοχικό κεφάλαιο, ύψους €1,7 εκατομμυρίων το οποίο προκύπτει από την προσφορά του οικοπέδου εκ μέρους του Επενδυτή αξίας 600 χιλιάδων ευρώ, καθώς και από την κατάθεση ύψους €1,1 εκατομμυρίου.

Συμπερασματικά, για να καθοριστεί η περίοδος επανείσπραξης, είναι αναγκαίο να διευκρινιστεί ο χρόνος κατά τον οποίο θα επιστραφούν κερδοφόρα μερίσματα ύψους €1,7 εκατομμυρίων στον Επενδυτή.

Νόμισμα: €	OE1E	OE2E	OE3E	OE4E	OE5E
Μερίσματα πληρωθέντα	300.000	600.000	800.000	1.000.000	1.000.000
Συσσωρευτικά μερίσματα	300.000	900.000	1.700.000	2.700.000	3.700.000

Πίνακας 26 Payback Period

Από τον παραπάνω πίνακα διαφαίνεται ότι ο Επενδυτής θα λάβει συγκεντρωτικά €1,7 εκατομμυρίων μέσω μερισμάτων μετά το πέρας του τρίτου έτους της ανάλυσης σκοπιμότητας. Αξιολογώντας το γεγονός ότι η φάση της κατασκευής θα διαρκέσει ένα έτος, και ότι ο Επενδυτής θα καταβάλει τα προαναφερθέντα ποσά κατά την σύσταση της Εταιρείας, η περίοδος επανείσπραξης αγγίζει τα 4 έτη. Αυτό το χρονικό πλαίσιο κρίνεται ελκυστικό, καθώς αρμόζει με το στρατηγικό στόχο της αποπληρωμής της επένδυσης εντός πενταετούς χρονικού ορίου.

Αξιολόγηση επένδυσης – Συντελεστής απόδοσης (Return on Investment – ROI)

Η μέθοδος του συντελεστή απόδοσης ROI χρησιμοποιείται για να αξιολογήσει την αποδοτικότητα ή και την κερδοφορία μιας επένδυσης.

Ο δείκτης ROI είναι ο λόγος του εκάστοτε ετήσιου καθαρού αποτελέσματος της Εταιρείας, προς το καταβληθέν μετοχικό κεφάλαιο.

Στη συνέχεια ακολουθεί πίνακας στον οποίο αναδεικνύεται το ROI ανά έτος για την εξεταζόμενη περίοδο.

Νόμισμα: €	OE1E	OE2E	OE3E	OE4E	OE5E
Καθαρό αποτέλεσμα	630.644	790.600	879.623	968.397	1.053.267
Μετοχικό κεφάλαιο	1.721.250	1.721.250	1.721.250	1.721.250	1.721.250
ROI	36,6%	45,9%	51,1%	56,3%	61,2%

Πίνακας 27 ROI

Η επένδυση αποδεικνύεται ελκυστική καθώς ο δείκτης ROI αξιολογείται ως ικανοποιητικός.

Αξιολόγηση επένδυσης – Καθαρή παρούσα αξία (Net present value – NPV)

Η μέθοδος με την οποία υπολογίζεται η καθαρή παρούσα αξία (NPV), χρησιμοποιείται με σκοπό να αναδείξει την τρέχουσα αξία των χρηματορροών της επένδυσης στο παρόν. Προκειμένου να καταστεί εφικτός ο υπολογισμός της καθαρής παρούσας αξίας, θα πρέπει να πραγματοποιηθεί η προεξόφληση των μερισμάτων που πρόκειται να καταβληθούν στον επενδυτή κατά την εξεταζόμενη περίοδο, χρησιμοποιώντας έναν συντελεστή προεξόφλησης που ισούται με το επιτόκιο δανεισμού της εταιρείας δηλαδή με 5%.

Νόμισμα: €	OE1E	OE2E	OE3E	OE4E	OE5E	Σύνολο
Μερίσματα πληρωθέντα	300.000	600.000	800.000	1.000.000	1.000.000	3.700.000
Συντελεστής προεξόφλησης	0,95	0,91	0,86	0,82	0,78	-
Καθαρή παρούσα αξία	285.714	544.218	691.070	822.702	783.526	3.127.231

Πίνακας 28 NPV

Εφόσον λοιπόν η καθαρή παρούσα αξία των χρηματορροών που αποκομίζει ο επενδυτής κατά την προβλεπόμενη 5ετία (3,1 εκατομμύρια ευρώ), είναι υψηλότερη

από το κόστος επένδυσης που καταβάλλει (1,7 εκατομμύρια ευρώ), η επένδυση αξιολογείται ξανά ως ελκυστική.

Αξιολόγηση επένδυσης – Εσωτερικός συντελεστής επένδυσης (Internal Rate of Return – IRR)

Ο Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης (IRR) είναι το προεξοφλητικό επιτόκιο το οποίο μηδενίζει την Καθαρά Παρούσα Αξία της επένδυσης.

Νόμισμα: €	ΟΕ0Ε	ΟΕ1Ε	ΟΕ2Ε	ΟΕ3Ε	ΟΕ4Ε	ΟΕ5Ε
Μερίσματα πληρωθέντα	(1.721.250)	300.000	600.000	800.000	1.000.000	1.000.000
IRR	26,1%					

Πίνακας 29 IRR

Συμπερασματικά, το μέγιστο επιτόκιο με το οποίο θα μπορούσε πιθανόν να δανειστεί η Εταιρεία, θα ανερχόταν στο 26,1%.

Εφόσον όμως το υφιστάμενο επιτόκιο δανεισμού της Εταιρείας ανέρχεται σε 5%, συνεπώς εξαιρετικά χαμηλότερο από το IRR (26,1%), η επένδυση κρίνεται **ελκυστική**.

Συμπεράσματα

Εν κατακλείδι, η οικοδόμηση και λειτουργία boutique hotel στο Ναύπλιο, προσφέρει μια θετική επενδυτική ευκαιρία για τον Επενδυτή.

Η εισφορά και η αξιοποίηση του παραθαλάσσιου οικοπέδου από τον Επενδυτή, καθιστά την επένδυση περισσότερο ελκυστική/ εύκολη για αυτόν.

Αξιοποιώντας τη στρατηγική τοποθεσία του ξενοδοχείου, την υψηλή ζήτηση της αγοράς καθώς και τα θετικά χρηματοοικονομικά αποτελέσματα μέσω των 5ετών προβλέψεων, η επένδυση κρίνεται άκρως αποδοτική.

Πέραν των χρηματοοικονομικών οφελών για τον Επενδυτή, η μονάδα αναμένεται να αποδειχθεί επωφελής τόσο και για την τοπική κοινωνία και οικονομία, προσφέροντας νέες θέσεις εργασίας και συνεισφέροντας στην ανάπτυξη του τοπικού τουρισμού.

Βιβλιογραφία

- Μεθοδολογία, τεχνικές και θεωρία για οικονομοτεχνικές μελέτες, Συγγραφέας: Σωτήρης Κ. Καρβούνης, Εκδόσεις Σταμούλης ΑΕ, 2006
- Διαχείριση του περιβάλλοντος, επιχειρήσεις και βιώσιμη ανάπτυξη, Συγγραφέας: Σωτήρης Κ. Καρβούνης, Γεωργακέλλος Α. Δημήτριος, Εκδόσεις Σταμούλης ΑΕ, 2003
- <https://www.unido.org>
- <https://insete.gr>
- <https://www.statistics.gr>
- <https://mintour.gov.gr/en/archiki-english>
- 6ο διεθνές συνέδριο φιλοξενίας- HORECA
- <https://www.kosnews24.gr/politika/item/265134-i-rodos-anadeiknyetai-se-polo-elksis-psifiakon-nomadon>
- Κλαδικές στοχεύσεις, ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, Δεκέμβριος 2022, Stochasis σύμβουλοι επιχειρήσεων.
- <https://digitalnomadsobs.org>
- <https://www.ot.gr/2023/02/20/tourismos/tourismos-mparaz-ependyseon-se-ksenodoxeia-stin-ellada/>
- https://www.businessdaily.gr/oikonomia/67859_erhontai-nea-xenodoxeia-stin-athina-giati-egine-magnitis-ependyseon
- https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/gr/Documents/press-releases/gr_press_release_european_hotel_industry_survey_final_noexp.pdf
- <https://www.newmoney.gr/roh/palmos-oikonomias/tourismos/mitsis-hotels-ta-nea-projects-ke-i-ependisis-ton-e250-ekat-gia-ta-xenodoxia-ke-ta-resorts-tou-omilou-pic/>
- <https://www.grtimes.gr/ellada/entono-ependytiko-endiaferon-gia-ellinika-boutique-xenodoxeia-kai>
- <https://www.grhotels.gr/>
- <https://www.hoteldesign.gr>
- <https://blla.org/>, <https://blla.org/keeping-up-with-the-increased-demand-on-technology-opex-vs-capex/>, <https://blla.org/categories-definitions/>
- <https://livezoku.com>, <https://whatis.selina.com>, <https://www.coworker.com/search/greece>
- <https://news.airbnb.com/wp-content/uploads/sites/4/2021/05/Airbnb-Report-on-Travel-Living.pdf>
- <https://cert.boutique-hotel.gr/>
- <https://www.kathimerini.gr/economy/561815416/psifiakoi-nomades-forologikes-kai-ochi-mono-proektaseis/>